

Sveučilište u Zagrebu

Filozofski fakultet

Odsjek za informacijske i komunikacijske znanosti

Ak. godina 2014./2015.

Antonia Antonella Andrijanić

**Razvoj knjižnične djelatnosti kao dio strategije kulturnog  
razvitka Slavonskog Broda**

diplomski rad

Mentorica: doc. dr. sc. Ivana Hebrang Grgić

Zagreb, 2015.

Ovaj diplomski rad posvećujem svojim roditeljima.

Hvala vam na svemu što ste mi pružili tijekom mog studija.

Zahvaljujem svima koji su mi pomogli pri izradi ovog rada svojim savjetima, preporukama i ostalim ne tako beznačajnim sitnicama, a posebno mojoj mentorici doc. dr. sc. Ivani Hebrang Grgić

## SADRŽAJ:

1. UVOD.....	5
2. GRAD SLAVONSKI BROD I STRATEGIJA KULTURNOG RAZVITKA.....	7
2.1. O Slavonskom Brodu .....	7
2.1.1. Tvrđava .....	7
2.1.2. Brod u novije doba .....	9
2.2. Strategija razvoja grada .....	10
2.2.1. Strategija gospodarskog razvoja Slavanskog Broda .....	10
2.2.2. Strategija kulturnog identiteta .....	14
3. STRATEGIJA RAZVOJA NARODNIH KNJIŽNICA U REPUBLICI HRVATSKOJ ..	15
3.1. Utjecaj narodnih knjižnica na zajednicu.....	17
3.2. Percepcija korisnika o knjižnici i uslugama koje pruža .....	18
3.3. Marketing u knjižnicama .....	19
3.3.1. Upravljanje marketingom .....	20
3.3.2. Mjerenje uspješnosti poslovanja (Benchmarking) .....	21
3.3.3. Mrežne stranice u promidžbi.....	24
3.4. Strategija razvoja Gradske knjižnice Slavonski Brod .....	25
3.4.1. Misija i vizija.....	25
3.4.2. Strategija knjižnice i ciljevi.....	26
3.4.3. Uvjeti za napredak u organizaciji rada Gradske knjižnice Slavonski Brod ....	27
3.4.4. Aktivnosti Gradske knjižnice Slavonski Brod .....	28
4. ISTRAŽIVANJE .....	29
4.1. O knjižnici.....	29
4.2. Ciljevi istraživanja i hipoteze.....	30
4.3. Instrument i metodologija.....	31
4.4. Rezultati istraživanja .....	31
4.4.1. Spol.....	31
4.4.2. Dob .....	32
4.4.3. Status.....	33
4.4.4. Stupanj obrazovanja.....	33
4.4.5. Zanimanje/ područje rada.....	34
4.4.6. Važnost kulturnog razvoja za grad .....	35
4.4.7. Tvrdnje o knjižnici.....	35

4.4.8.	Učestalost korištenja knjižnicom.....	36
4.4.9.	Razlozi dolaska u knjižnicu .....	37
4.4.10.	Zadovoljstvo zbirkama koje knjižnica posjeduje .....	38
4.4.11.	Slobodni primjerci građe koju knjižnica posjeduje .....	38
4.4.12.	Zadovoljstvo opremljenošću knjižnice .....	39
4.4.13.	Osobine stručnog osoblja .....	39
4.4.14.	Zadovoljstvo usluge korištenja interneta u knjižnici .....	40
4.4.15.	Korištenje mrežne stranice knjižnice .....	41
4.4.16.	Obavijesti o promjenama i događajima u knjižnici .....	42
4.4.17.	Aktivnosti u knjižnici.....	42
4.4.18.	Željene promjene u radu knjižnice .....	43
4.5.	Zaključak istraživanja.....	45
5.	ZAKLJUČAK .....	46
6.	POPIS LITERATURE.....	47
7.	POPIS PRILOGA.....	49
7.1.	Popis tablica .....	49
7.2.	Popis slika .....	49
7.3.	Popis grafikona.....	50
7.4.	Anketni upitnik upućen korisnicima Gradske knjižnice Slavonski Brod.....	51
8.	SAŽETAK .....	55
9.	SUMMARY .....	56
10.	BIOGRAFIJA.....	57

## 1. Uvod

Kulturni razvitak bilo kojega grada, pa tako i Slavanskog Broda, od velike je važnosti za Republiku Hrvatsku. Gradsko vijeće Slavanskog Broda se trudi financirati programe i projekte udruga koji su od interesa za sam grad, te programe javnih potreba u kulturi, nastoji očuvati kulturnu baštinu i unaprijediti razvoj. Ustanove kulture su sve one koje proizvode i distribuiraju proizvode kulture.

Knjižnica je od velikog značaja za podizanje razine znanja i kulture u društvu i zato postoji potreba da se prouči način knjižničnog poslovanja s ciljem njegovog unapređivanja. Knjižnica, kao kulturna ustanova, ali i obrazovna i informacijska, ima za temeljnu svrhu omogućiti korisnicima pravu informaciju u pravo vrijeme, pruža obavijesti i spoznaje bitne za uspješno uključivanje u suvremeno društvo koje se temelji na znanju i informacijama. Jednostavno vremenom se sve usavršava, pa tako i knjižnica napreduje, kao što se i rad knjižničara pospješuje.

Kraj 20. i početak 21. stoljeća obilježile su nove tehnologije, prvenstveno informacijsko-komunikacijske tehnologije u sve kulturne i javne ustanove, posebno knjižnice. Njihovom prodorom, knjižnice se suočavaju sa nizom upravljačkih izazova kao što su potreba za dokazivanjem svoje kvalitete osnivačima, financijerima, korisnicima i lokalnom zajednicom, preispitivanje organizacije poslovanja, kontinuirano vrednovanje i mjerenje kvalitete poslovanja, potvrđivanje učinaka usluga i programa na svoje korisnike. Dosad su knjižnice prikupljale samo statistička izvješća o svom poslovanju, međutim ta izvješća nisu dala uvid u potpunu sliku poslovanja, stoga knjižnice sve više postaju svjesne važnosti i potrebe za praćenjem poslovanja, mjerenja kvalitete i osiguranja dokaza koji potkrepljuju njihovu kvalitetu. Pri tome se koriste različite kvalitativne i kvantitativne metode koje se nadopunjuju i prikazuju stvarno stanje knjižničnog poslovanja i njegove kvalitete.<sup>1</sup>

Potrebni su brojni činitelji koji bi pomogli pri usavršavanju i razvitku knjižnične djelatnosti. Važnu ulogu u razvitku knjižnične djelatnosti ima i marketing, a njegov cilj je pronaći informacijsku potrebu i zadovoljiti je, te učiniti sve da se korisnik ponovno vrati. To podrazumijeva dobro poznavanje strukture korisnika, njihovih potreba i predviđanje razvojnih trendova tih potreba.

---

<sup>1</sup>Begović, M. Vrijednost knjižnice u očima korisnika : primjer Gradske knjižnice i čitaonice Vinkovci : diplomski rad. Osijek : Filozofski fakultet Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera, 2014. Str. 6.

Žele se postići jednake mogućnosti za sve građane Republike Hrvatske u korištenju pristupa znanju i informacijama, kao i izgradnja mreže knjižnica i njihovo međusobno povezivanje, želi se ulagati u razvoj, u besplatan pristup, osigurati uvjete za nabavu svih vrsta građe, podizati razine svih vrsta pismenosti, promicati čitanja itd.

Bitno je formulirati misiju i viziju knjižnice, analizirati trenutne pozicije, prepoznati potencijal, formulirati marketinške ciljeve i strategije, istražiti tržišta te kontrolirati rezultate. Da odgovor na pitanje: „Jesmo li postigli ono što smo željeli?“ bude pozitivan.

Istraživanjem korisnika i dobivenim rezultatima se pospješuje stvaranje planova rada knjižnice u koje se ubrajaju i strategije, uključujući i poslovne strategije.

Rad se sastoji od teorijskog i istraživačkog dijela. Teorijski dio rada donosi najvažnije činjenice o gradu Slavonskom Brodu kao i temeljne koncepte vezane uz knjižnično poslovanje, te daje pregled različitih primjera strategija, s naglaskom na koncept kvalitete kao metode i mjerenja učinaka. Predstavljene su tri ključne strategije uspješnosti poslovanja, i to: Strategija gospodarskog razvoja Slavonskog Broda; Strategija kulturnog identiteta; Strategija razvoja narodnih knjižnica u Republici Hrvatskoj, odnosno Strategija razvoja Gradske knjižnice Slavonski Brod. Marketing u knjižnicama, koji donosi pregled istraživanja okruženja, ponašanja korisnika i metoda istraživanja korisnika, od velike je važnosti. Istraživački dio rada započinje kratkim opisom djelovanja Gradske knjižnice Slavonski Brod, nakon čega su navedeni ciljevi istraživanja i hipoteze te je opisan instrument i cjelokupna metodologija istraživanja. Nakon toga prikazani su rezultati te zaključak istraživanja. Rad je završen zaključkom u kojemu su istaknute ključne spoznaje, popisom literature koja se koristila pri izradi istoga te popisom tablica i priloga.

## 2. Grad Slavonski Brod i strategija kulturnog razvitka

### 2.1. O Slavonskom Brodu

Kada je riječ o srednjovjekovnim naseljima i feudalnim posjedima na području Staroga Grada, poznata je povelja hrvatsko-ugarskog kralja Bele IV. od 20. srpnja 1244. kojom je Đakovačkoj biskupiji darovao posjede Đakovo i Breznu na teritoriju Vukovarske županije. Zapadna granica tih posjeda dopirala je nadomak Brodu i u opisu međa imanja između Tomice i Brezne spominje se u Belinoj darovnici selo Braid ili Broid. Upravo taj podatak se smatra danas prvim poznatim spomenom Broda u povijesnim dokumentima.<sup>2</sup>

Brod se nalazio se na ušću Mrsunje uz Savu i bio u posjedu znamenite i moćne feudalne obitelji Berislavića Grabarskih, koji su taj pridjev dobili su po matičnom posjedu u selu Grabarju u blizini Slavanskog Broda. Berislavići su Brod, kakav je u svojoj osnovi i danas u staroj jezgri, izgradili na prijelazu 15. i 16. st. Imao je oblik pravokutnika sa zemljanim bedemima i opkopima zbog obrane od Turaka. Brod je u njihove ruke pao 1536. godine i ostao pod turskom vlašću sve do 1691. kada su ga u sklopu oslobođenja Slavonije od Turaka konačno oslobodili ban Nikola Erdody i general Herzog de Croy. Uspostavom mira između Austrije i Turske Sava postaje stalnom granicom između dviju država, a posavski dio Slavonije uključuje se u obrambeni sustav Vojne krajine.<sup>3</sup>

#### 2.1.1. Tvrđava

Izgradnja tvrđave važan je događaj u povijesti Broda 18. stoljeća je za obranu od Turaka, iako ta njezina svrha nikada nije potvrđena. Odluka o početku gradnje donesena je 1715. godine, a provedbu generalnog plana izgradnje odobrio je princ Eugen Savojski. S vremenom je turska opasnost znatno oslabila, a uskoro više nije ni postojala.

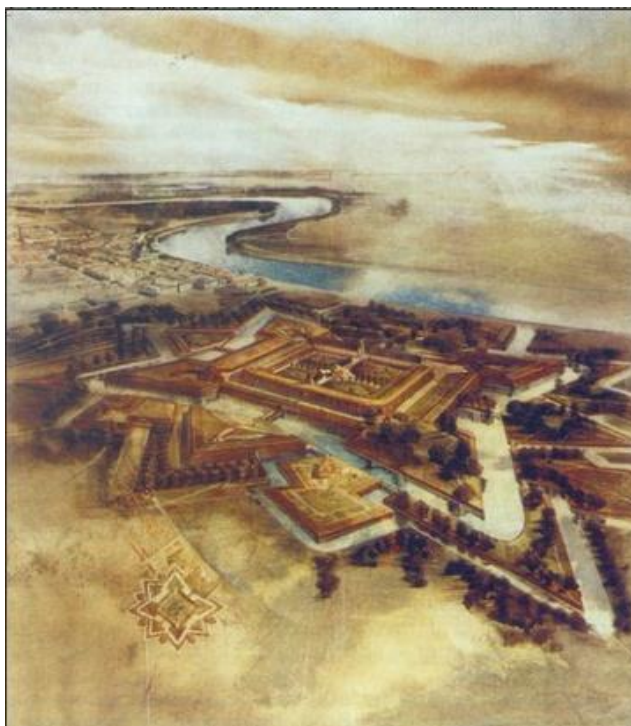
Zbog političkih, financijskih, materijalnih i tehničkih razloga dolazilo je do prekida gradnje, tako da je izgradnja punog, izvornog obujma tvrđave trajala gotovo 60 godina, a odvijala se u nekoliko faza.

---

<sup>2</sup>Marković, M. Brod : kulturno-povijesna monografija. Slavonski Brod : Matica hrvatska, 1994. Str. 77.

<sup>3</sup>Službene stranice grada Slavanskog Broda. Dostupno na: <http://www.slavonski-brod.hr/index.php/kultura-i-obrazovanje/povijest-grada> (14. 8. 2015.)

U prvoj polovici 19. stoljeća u tvrđavi su, uz već izgrađene bolničke, gospodarske, vojne i stambene zgrade, kapelicu i druge pomoćne zgrade, zdence i mostove, podignuti parkovi. Budući da je tijekom 18. i 19. stoljeća granica između austrijskog i turskog carstva čvrsto ostala na Savi, sve do 1878. tvrđava je uglavnom služila kao skladište i prepreka mogućem ubacivanju neprijatelja pravcem kroz srednju Slavoniju. Te je godine brodska tvrđava poslužila kao glavno polazište za austro-ugarsku okupaciju Bosne i Hercegovine. Nakon toga je tvrđava prestala biti pogranična utvrda, ali je zadržala u funkciji vojarne sve do rujna 1991. kada je u kraćoj borbi s Hrvatskom vojskom bivša JNA<sup>4</sup> položila oružje. U ožujku 1994. Hrvatska vojska predala je tvrđavu na upravu Gradu Brodu. Time su stvoreni uvjeti za njezinu obnovu i integraciju u gradsku jezgru. U obnovljenim tvrđavskim vojnim objektima danas su Klasična gimnazija, Gradsko poglavarstvo, Glazbena škola, Galerija umjetnina Branka Ružića, te Turistički infocentar.<sup>5</sup>



**Slika 1: Tvrđava Brod - arhitektonska projekcija**

(preuzeto sa: Službene stranice grada Slavonskog Broda. Dostupno na: <http://www.slavonski-brod.hr/index.php/kultura-i-obrazovanje/povijest-grada> (14. 8. 2015.))

<sup>4</sup>JNA= Jugoslavenska narodna armija bila je dio jedinstvenih oružanih snaga SFRJ (Socijalističke Federativne Republike Jugoslavije) do njezina raspada. Službeno je ukinuta 20. svibnja 1992. godine.

<sup>5</sup>Službene stranice grada Slavonskog Broda. Dostupno na: <http://www.slavonski-brod.hr/index.php/kultura-i-obrazovanje/povijest-grada> (14. 8. 2015.)



### 2.1.2. Brod u novije doba

Godine 1871. nakon ukinuća Vojne granice Brod dobiva status grada i postaje središte velikog područja sjeverno i južno od rijeke Save. Nastaje grad srednjoeuropske arhitekture s palačama bogatih trgovaca i industrijalaca u stilu historicizma i secesije. U dodiru s različitim kulturama razvijao se kao snažno prometno središte, razvijajući u početku i trgovinu i obrt, a početkom 20. stoljeća počinje se razvijati u jako industrijsko središte. Utemeljena je drvna industrija Slavonija, a zatim 1921. i Tvornica vagona, strojeva i mostova Brod na Savi.

U Drugom svjetskom ratu grad kao jako industrijsko i prometno središte doživio je teška razaranja s gotovo potpuno uništenom industrijom i prometnom infrastrukturom. Brod je uz Zadar bio najviše bombardiran hrvatski grad u Drugom svjetskom ratu.

Brzi razvoj u jako obrazovno, kulturno i industrijsko središte grad doživljava od 1945. do 1985. godine kad u njemu djeluju svjetski poznata poduzeća kao što su Đuro Đaković, Slavonija DI, Oriolik i druga. Hrvatski duh i opredjeljenje za neovisnu i demokratsku Hrvatsku Brod je u Domovinskom ratu platio teškim sedmomjesečnim razaranjima u kojima je ranjeno i poginulo jako puno ljudi. Iznimno humanu ulogu Brod je odigrao prihvatom gotovo još jednog grada izbjeglica i prognanika, osobito iz Bosanskog Broda i Bosanske Posavine. Posljedice velikih materijalnih razaranja najviše su se osjetile u gospodarstvu, a nisu bili pošteđeni ni objekti školstva, kulture, znanosti i zdravstva, te stambeni objekti i komunalna infrastruktura.<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup>Službene stranice grada Slavonskog Broda. Dostupno na: <http://www.slavonski-brod.hr/index.php/kultura-i-obrazovanje/povijest-grada> (14. 8. 2015.)

## 2.2. Strategija razvoja grada

### 2.2.1. Strategija gospodarskog razvoja Slavonskog Broda

Kao što je definirano u *Strategiji gospodarskog razvoja grada Slavonskog Broda*,<sup>7</sup> svrha analize je prepoznati vlastite snage koje treba jačati i razvijati, kao i vlastite slabosti grada koje treba otklanjati ili umanjivati, vanjske prilike koje je potrebno koristiti i vanjske prijetnje koje je potrebno izbjegavati ili čije djelovanje je potrebno neutralizirati. Na temelju postavki iz SWOT<sup>8</sup> analize izvode se dugoročni strateški ciljevi, prioriteti i mjere, što je u spomenutom dokumentu detaljno analizirano.

Iako se smatra da korisnost ove četverodijelne analize proizlazi iz mogućnosti da se njezinom primjermom utvrde sadašnje odrednice koje određuju budući položaj poduzeća ili nekog njegovog dijela na tržištu u odnosu na konkurenciju, ipak se može zaključiti da su koristi od njezine primjene mnogo veće i dalekosežnije. Primjenjivati se može kod pojedinaca, poduzeća i političkih, gospodarskih i teritorijalnih entiteta, na svim organizacijskim razinama, u svim fazama, te na svim razinama oblikovane strategije.<sup>9</sup>

Vizija općenito, kao i vizija za grad Slavonski Brod važna je radi usmjeravanja strateških ciljeva te je definirana poštujući u načelo participativnosti, kao što se vidi iz Slike 2. Vizija je u svojoj biti izjava o željenom budućem stanju grada Slavonskog Broda, a sami strateški ciljevi proizlaze iz teksta vizije i utvrđeni su prilikom formiranja teksta vizije. To su smjernice razvojnih opredjeljenja i budućih investicija za razvoj Grada.

---

<sup>7</sup> Strategija gospodarskog razvoja grada Slavonskog Broda : 2011.-2020. Dostupno na: <http://www.slavonski-brod.hr/index.php/gospodarstvo/strategija-gospodarskograzvoja-grada> (7. 8. 2015.)

<sup>8</sup> SWOT= Strengths, weaknesses, opportunities, threats (Analiza snaga, slabosti, prilika i prijetnji)

<sup>9</sup> Previšić, J.; Ozretić Došen, Đ. Osnove marketinga. Zagreb : Adverta, 2007. Str. 329.

## VIZIJA



**Slika 2: Vizija i strateški ciljevi grada Slavonskog Broda**

(preuzeto sa: Strategija gospodarskog razvoja grada Slavonskog Broda : 2011.-2020. Dostupno na <http://www.slavonski-brod.hr/index.php/gospodarstvo/strategija-gospodarskograzvoja-grada> (7. 8. 2015.))

Za svaki cilj utvrđuju se prioriteti koji doprinose ispunjenju pojedinog dugoročnog cilja. Isto tako, za svaki prioritet utvrđuju se provedbene mjere koje osiguravaju ostvarivanje tog prioriteta, a provedbene mjere ostvaruju se planskim aktivnostima koje se oblikuju kao konkretni projekti.

„Razrada strateških prioriteta i provedbenih mjera bazira se s jedne strane na viziji i strateškim ciljevima i s druge strane na ključnim razvojnim izazovima. Razvojni izazovi usmjeravaju strategiju djelovanja, odnosno prioritete, a formiraju se tijekom procesa strateškog planiranja pri utvrđivanju i obradi postojećeg stanja, pri izradi SWOT analize te kroz partnerske konzultacije.“<sup>10</sup>

Sljedeći strateški ciljevi (Slika 3 i 4) su definirani ovom strategijom:

### 1) Obrazovanje u funkciji razvoja gospodarstva grada Slavonskog Broda

Slavonski Brod će obnašati ulogu grada visokog obrazovanja sa sustavom formalnog i neformalnog obrazovanja koje prati potrebe gospodarstva. Obrazovana radna snaga grada je najvažniji resurs i jamstvo svjetlije budućnosti.

<sup>10</sup>Strategija gospodarskog razvoja grada Slavonskog Broda : 2011.-2020. Dostupno na: <http://www.slavonski-brod.hr/index.php/gospodarstvo/strategija-gospodarskograzvoja-grada> (7. 8. 2015.)

## STRATEŠKI CILJ 1



Slika 3: Strateški cilj 1

(preuzeto sa: Strategija gospodarskog razvoja grada Slavonskog Broda : 2011.-2020. Dostupno na: <http://www.slavonski-brod.hr/index.php/gospodarstvo/strategija-gospodarskograzvoja-grada> (7. 8. 2015.))

U Tablici 1 su prikazane mjere i projekti definirani ovim strateškim ciljem:

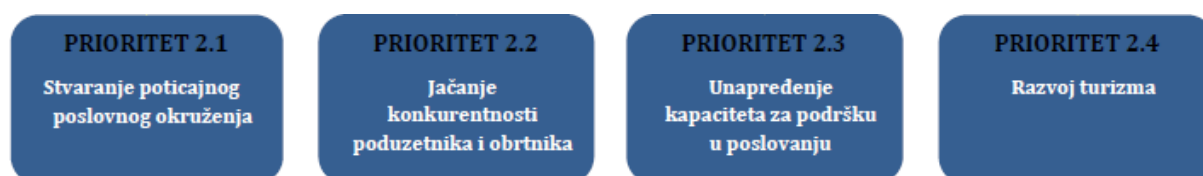
MJERE	PROJEKTI
Jačanje kapaciteta Strojarskog fakulteta i Veleučilišta u skladu s potrebama gospodarstva grada Slavonskog Broda	<ul style="list-style-type: none"><li>- Osnivanje novih studijskih programa</li><li>- Osnivanje novog sveučilišnog diplomskog studija energetike na Strojarskom fakultetu</li><li>- Aktivnosti umrežavanja studenata s poduzetnicima radi stjecanja praktičnih znanja</li></ul>
Uspostava svih razina studiranja u Slavonskom Brodu	<ul style="list-style-type: none"><li>- Osnivanje novih fakulteta</li><li>- Aktivnosti umrežavanja studenata s poduzetnicima radi stjecanja praktičnih znanja</li></ul>
Unapređenje sustava obrazovanja odraslih	<ul style="list-style-type: none"><li>- Uspostava kraćih i fleksibilnih programa u skladu s trendovima na tržištu rada</li></ul>

	- Stručno osposobljavanje mladih
Razvoj programa za poticanje zapošljavanja	- Projekti približavanja nezaposlenih tržištu rada - Programi zapošljavanja osoba s invaliditetom

**Tablica 1: Mjere i projekti**

2) Razvijeno gospodarstvo temeljeno na znanju i tradiciji

Gospodarstvo, koje je utemeljeno na znanju i tehnologijama, daljnji je pokretač napretka. Važnu ulogu ima i dodatni razvoj gospodarstva i jačanje poduzetničke infrastrukture putem uređenja poslovnih zona na području grada. Očuvanje i razvoj tradicionalnih obrta vodi do otvaranja novih radnih mjesta. Razvijena turistička ponuda temelji se na očuvanom identitetu gradske jezgre, revitaliziranom okruženju brodske tvrđave, kulturnim događanjima i ekološki očuvanoj okolini Grada i okolice.



**Slika 4: Strateški cilj 2**

(preuzeto sa: Strategija gospodarskog razvoja grada Slavonskog Broda : 2011.-2020. Dostupno na: <http://www.slavonski-brod.hr/index.php/gospodarstvo/strategija-gospodarskograzvoja-grada> (7. 8. 2015.)

Neke od mjera prioriteta razvoja turizma su: revitalizacija Tvrđave Brod, unapređenje kulturno-turističkih ponuda, brendiranje grada Slavonskog Broda, te unapređenje turističke infrastrukture. Za ovaj rad, važni su projekti koji se tiču unaprjeđenja kulturno-turističkih ponuda:

- Unapređenje manifestacije Brodsko kolo
- Unapređenje manifestacije Brodfest
- Unapređenje manifestacije „U svijetu bajki Ivane Brlić Mažuranić“, te njeno pretvaranje u manifestaciju nacionalnog značaja

- Svijet tehnike u svijetu bajki – organiziranje radionica za djecu iz grada, ali i za posjetitelje izvan grada tokom Svijeta bajki Ivane Brlić Mažuranić
- Unapređenje manifestacije „Dani plesa – u čast Mii Čorak Slavenskoj“ te njeno pretvaranje u manifestaciju regionalnog značaja
- Unapređenje manifestacije „Brodsko glazbeno ljeto“ te njeno pretvaranje u manifestaciju regionalnog značaja
- Susreti profesionalnih kazališta srednje i jugoistočne Europe
- Organizacija rekreacijsko-turističkih događaja na Savi
- Proširenje Savskog sajma i Fišijade
- Nacionalni kongres bajki

### 3) Infrastruktura i zaštita okoliša kao preduvjet gospodarskog razvoja i životnih potreba građana

Rješavanje komunalne, prometne i ostale infrastrukture kao dio gospodarskog razvoja uz visoki stupanj očuvanja i zaštite okoliša. Unapređenje i razvoj društvene infrastrukture koja prati potrebe građana jedan je od preduvjeta uspješnog razvoja grada u cjelini. Slavonski Brod razvijat će se kao grad sa ekološki i komunalno uređenim prostorima, koji provodi načela energetske učinkovitosti.

#### 2.2.2. Strategija kulturnog identiteta

Hrvatska je u 1990-ima prošla velike političke, državne i društvene promjene, koje su ostavile snažan utjecaj i na kulturne promjene, kao što su kulturna shvaćanja, stavovi i očitovanja. Upravo to je značajno oblikovalo opću društvenu svijest, potvrđujući ili tražeći nove, ne samo kulturne vrijednosti nego i političke promjene.

Hrvatska kultura, kultura u Hrvatskoj, nije nikako sinonim etniciteta, sredine, vjere ili nacije, nego ona ima i različite regionalne, ne samo dijalektalne, nego i kulturološke, etničke, komunikacijske, multikulturalne temelje. Različitosti ne potiru jedinstvo kulturnog identiteta nego ga umnažaju.

U kratkom razdoblju kultura u Hrvatskoj djelovala je, dakle, u dva državna i društvena oblika koja su se mijenjala ratom, od jugoslavenskog (multinacionalnog), jednostranačkog, do hrvatskog (nacionalnog), višestranačkog u 1990-im, te unutar njega, po okončanju rata, do

novog pluralizma Hrvatske 2000. U tom razdoblju izmijenjeni su kako formalni i stvarni prostorni okviri hrvatske kulture, tako i njezini unutrašnji politički i vrijednosni odnosi.<sup>11</sup>

### 3. Strategija razvoja narodnih knjižnica u Republici Hrvatskoj

Narodne knjižnice su mjesta na kojima se postavljaju demografski temelji društva i gdje se ostvaruju bitni pomaci u kulturi. Kao informacijski centri, nalaze se i u najudaljenijim mjestima Hrvatske te su mjerilo opće i informatičke pismenosti i kulture određene zajednice.

„Narodna knjižnica se određuje kao organizacija koja osigurava pristup znanju, informacijama, cjeloživotnom učenju i djelima mašte pomoću niza izvora i službi, a na raspolaganju je svim članovima zajednice bez obzira na njihovu rasu, nacionalnost, dob, spol, religiju, jezik, invaliditet, ekonomski i radni status te obrazovanje.“<sup>12</sup>

Kada je riječ o poslovanju narodne knjižnice, kao važna vještina upravljačkih sposobnosti navodi se vođenje i motiviranje. U prvom planu je ravnatelj koji svakako mora promicati narodnu knjižnicu, mora informirati upravljačka tijela o novim zbivanjima te je odgovoran i za motiviranje osoblja. Sljedeća vještina je uspostavljanje i održavanje dobrog odnosa s financijerima i upravljačkim tijelima. Politike planiranja i razvoja uključuju određivanje zadaća narodne knjižnice, njezine kratkoročne i dugoročne ciljeve, strategije i metode procjene učinkovitosti. Uz strateški plan neophodno je sastavljanje izvedbenog plana kako bi se osigurala usmjerenost aktivnosti knjižnične službe za postizanje prioriteta i ciljeva. Pojam Zelenih (ekološki prihvatljivih) knjižnica ulazi također u segment upravljanja, a posebna je novost u ovim smjernicama. Sljedeća stavka upravljanja su izgradnja i održavanje knjižničnih mreža gdje ravnatelj treba osigurati razvijanje i održavanje mreže na nacionalnoj, regionalnoj i lokalnoj razini, te upravljanje knjižničnom građom. Naglašava se i planiranje i razvoj knjižničnih sustava te upravljanje promjenama budući da iz istih često proizlaze svjesni problemi i pitanja.

Definirana su i pomagala za upravljanje, a u gotovo svakoj knjižnici važna su sljedeća: spoznavanje okruženja, analiza potreba zajednice, praćenje i procjenjivanje, mjerenje uspješnosti. Prvi put se malo više pažnje posvećuje spoznavanju okruženja koje je u uskoj

---

<sup>11</sup> Hrvatska u 21. stoljeću : Strategija kulturnog razvitka : dokument / urednici Biserka Cvjetičanin ; Vjeran Katunarić. Zagreb : Ministarstvo kulture, 2003. Str. 9.

<sup>12</sup> IFLA-ine smjernice za narodne knjižnice / uredile Christie Koontz i Barbara Gubbin. 2. hrvatsko izd., (prema 2. izmijenjenom izd. izvornika). Zagreb : Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2011. Str. 124.

svezi s poslovanjem. Prikupljanjem informacija utvrđuju se snage i slabosti unutarnjeg okruženja, te prilike i prijetnje iz vanjskog (SWOT analiza).<sup>13</sup>

Proučavajući različitu literaturu, pa tako i nacrt prijedloga: *Strategija razvoja narodnih knjižnica u Republici Hrvatskoj do 2015. godine*, moguće je izdvojiti pojedine ciljeve koji se u knjižnicama žele postići:

- 1) Jednake mogućnosti za sve građane Republike Hrvatske u korištenju pristupa znanju i informacijama
- 2) Izgradnja mreža narodnih knjižnica i njihovo međusobno funkcionalno povezivanje
- 3) Ulaganje u razvoj svih narodnih knjižnica
- 4) Besplatan / povlašten pristup telekomunikacijskoj i informacijskoj infrastrukturi
- 5) Definiranje osnovnih usluga narodnih knjižnica te osiguranje njihovog besplatnog korištenja u narodnim knjižnicama za sve građane
- 6) Uspostava standarda za međusobno informatičko povezivanje svih vrsta knjižnica
- 7) Osiguravanje uvjeta za nabavu svih vrsta knjižnične građe
- 8) Analiza i vrednovanje dijela građe (zavičajne zbirke) i njezina zaštita (fizički i digitalizacija)
- 9) Podizanje razina svih vrsta pismenosti
- 10) Promicanje čitanja
- 11) Provođenje sustavnih istraživanja potreba korisnika
- 12) Izgradnja sustava za kontinuirano praćenje i vrednovanje rada narodnih knjižnica
- 13) Kontinuirano i sustavno obrazovanje knjižničnih djelatnika
- 14) Uključivanje u međudržavnu suradnju
- 15) Uključivanje u e-Europu
- 16) Primjena postojećeg Zakona o knjižnicama i njegova revizija u smislu provedivosti te u skladu s novim potrebama
- 17) Optimizacija organizacije sustava narodnih knjižnica (organizacija sustava najveće moguće efikasnosti i ekonomičnosti)<sup>14</sup>

---

<sup>13</sup> IFLA-ine smjernice za narodne knjižnice / uredile Christie Koontz i Barbara Gubbin. 2. hrvatsko izd., (prema 2. izmijenjenom izd. izvornika). Zagreb : Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2011. Str. 130.

<sup>14</sup> Strategija razvoja narodnih knjižnica u Republici Hrvatskoj do 2015. godine : nacrt prijedloga. Zagreb : Nacionalna i sveučilišna knjižnica u Zagrebu ; Hrvatski zavod za knjižničarstvo, 2013. Dostupno na: <http://www.nsk.hr/wpcontent/uploads/2014/01/Strategijarazvojanarodnihknji%C5%BEnica.pdf> (12. 8. 2015.)



### 3.1. Utjecaj narodnih knjižnica na zajednicu

Narodne knjižnice imaju velik utjecaj na zajednicu. „Pristup vrednovanju utjecaja (*impact*) knjižnice na zajednicu označava promjenu paradigme u dosadašnjim pristupima vrednovanju koji su se temeljili na vrednovanju ulaznih (*inputs*) i izlaznih proizvoda (*outputs*), a težište je bilo na prikupljanju statističkih podataka uz pomoć kvantitativnih istraživačkih metoda.“<sup>15</sup>

Istraživanja poslovanja knjižnica nadopunjena su istraživanjima o tome kakva je interakcija knjižnice i zajednice, te na koji način i kojim uspjehom knjižnica utječe na zajednicu. U obzir dolaze i teme o tome jesu li i koliko su korisnici i zajednica profitirali od usluga koje nudi knjižnica. Počinju se razvijati pokazatelji uspješnosti za mjere postignuća, utjecaja na okolinu (*outcomes*). Najveći problem u vrednovanju učinaka knjižnice je taj što je teško izdvojiti učinke na korisnike odnosno moguće korisnike koje je postigla knjižnica od učinaka koje su postigle druge ustanove.

Neosporno je da knjižnice postoje kako bi služile ljudima, no one ne služe svima u jednakoj mjeri, budući da ih populacija ne koristi izravno i na jednak način.<sup>16</sup> Uloga knjižnice u društvu ne zaustavlja se na provođenju aktivnosti kao što je promicanje čitanja, nego se utjecaj knjižnice kroz aktivnosti odražava na život svakog pojedinca. Kvalitetan program može utjecati na čitalačke navike djece kako bi poboljšala čitalačku tehniku, usvojila poštovanje i pozitivan odnos prema knjizi i prenijela te stavove obitelji. Nesumnjivo, povećan interes za knjigu, čitanje i razumijevanje teksta vodi prema boljem uspjehu u školovanju, što može imati za posljedicu bolje zaposlenje. Uloga narodne knjižnice posebno je važna danas kada je društvo na globalnoj razini zahvaćeno velikim ekonomskim i društvenim problemima uzrokovanim recesijom.<sup>17</sup>

Narodne knjižnice trebale bi biti ustanove koje su osviještene o problemima zajednice u kojoj djeluju. Razumijevanje potreba te zajednice temeljna su pretpostavka za uspostavu programa i usluga potrebnih za uključivanje svih stanovnika zajednice u njezin svakodnevni život. Narodna knjižnica je takozvani most između zajednice i onih koji se ne osjećaju kao njezin

---

<sup>15</sup>Dudden Rosaling Farnam. Using benchmarking = needs assessment, quality improvement, outcome measurement and library standard. New York ; London : Neal-Schuman Publishers, Inc., 2007. Str. 223. Citirano prema : Dragija Ivanović, M. Vrednovanje utjecaja narodnih knjižnica na lokalnu zajednicu. // Vjesnik bibliotekara Hrvatske 55, 1(2012), str. 84.

<sup>16</sup>Mihalić, M. Mjere li samo pokazatelji uspješnosti vrijednost knjižnica? : Prema vrednovanju društvenih ciljeva organizacija u kulturi. // Vjesnik bibliotekara Hrvatske 55, 1(2012), str. 37.

<sup>17</sup>Dragija Ivanović, M. Vrednovanje utjecaja narodnih knjižnica na lokalnu zajednicu. // Vjesnik bibliotekara Hrvatske 55, 1(2012), str. 86.

sastavni dio ili koji zbog određenih okolnosti ne ostvaruju svoja prava koja im zajednica osigurava i jamči.<sup>18</sup>

### 3.2. Percepcija korisnika o knjižnici i uslugama koje pruža

Kao i druge ustanove u području kulture i obrazovanja, tako i knjižnice već niz godina aktivno sudjeluju u procesu implementacije promjena u svim dijelovima svog poslovanja u svrhu prilagodbe usluga novonastalim društvenim okolnostima.<sup>19</sup> Stoga knjižnice primjenjuju načela poslovanja, u koje se ubrajaju i poslovne strategije, kako bi svoju djelatnost uspješno predstavile javnosti.

Kako bi poslovne strategije mogle biti uspješno oblikovane, potrebno je provoditi istraživanja korisnika knjižnica, a rezultate tih istraživanja ugrađivati u već spomenute strategije. U ovom radu, bolje rečeno u praktičnom dijelu rada, predstavljeni su rezultati istraživanja korisnika Gradske knjižnice Slavonski Brod koji ukazuju na vrlo jasne interese korisnika za pojedinim uslugama knjižnice.

Povijesno gledano, knjižnice su nabavljale građu, organizirale ju i potom ju raspačavale. U sadašnjosti ili budućnosti koju je teško predvidjeti, izvjesno je kako će se nabava građe razviti u licenciranje pristupa informacijskim izvorima, organiziranje građe razvit će se u organiziranje metapodataka, a širenje informacija razvit će se u poučavanje ljudi kako prikupiti i interpretirati informacije.<sup>20</sup>

Knjižnice su svojim proizvodima i uslugama strateški usmjerene prema informacijskim i kulturnim potrebama korisnika i oni predstavljaju važne odrednice u poslovanju knjižnica, stoga su im potrebne“(…) marketinške strategije kojima bi se osiguralo da knjižnice nastave dopirati do svojih korisnika i da održe relevantnost svojih usluga”<sup>21</sup> u današnjem umreženom svijetu i koje će im pomoći održati vidljivost u društvu, pa i jačati njihovu ulogu. Knjižnice služe, kako bi zadovoljile želje i potrebe svojih korisnika, a njihovo poslovanje je usmjereno prema dodavanju vrijednosti knjižničnim uslugama. Odnos korisnika i knjižnica potrebno je njegovati, mora biti otvoren i koristan, temeljen na komunikaciji i učinkovitoj razmjeni.

---

<sup>18</sup> Dragija Ivanović, M. Vrednovanje utjecaja narodnih knjižnica na lokalnu zajednicu. // Vjesnik bibliotekara Hrvatske 55, 1(2012), str. 87.

<sup>19</sup> Vrana. R.; Kovačević, J. Percepcija korisnika o knjižnici i knjižničnim uslugama kao temelj poslovne strategije knjižnice. // Vjesnik bibliotekara Hrvatske 56, 3(2013), str. 23.

<sup>20</sup> Secor, John R.; David A. Swords. Transforming the organization : part 2 strategy : moving beyond operational effectiveness. // Library Acquisitions : Practice & Theory 22, 4(1998), str. 433-434. Citirano prema: Vrana. R.; Kovačević, J. Percepcija korisnika o knjižnici i knjižničnim uslugama kao temelj poslovne strategije knjižnice. // Vjesnik bibliotekara Hrvatske 56, 3(2013), str. 25.

<sup>21</sup> Schmidt, Janine. Promoting library services in a Google world. // Library management 28, 6/7(2007), str. 345. Citirano prema: Vrana. R. ; Kovačević, J. Percepcija korisnika o knjižnici i knjižničnim uslugama kao temelj poslovne strategije knjižnice. // Vjesnik bibliotekara Hrvatske 56, 3(2013), str. 27.

### 3.3. Marketing u knjižnicama

Želje za poboljšanjem odnosa između knjižničara i knjižničnih korisnika zamijećene su već dugi niz godina. Marketing knjižnice ima svoje začetke u SAD-u i u sjevernoj Europi, no to nikako ne znači da ideje o načinima na koje knjižnica može doprijeti do čovjeka nisu postojale i drugdje. Dodatan rad u knjižnicama odnosio se na aktivnosti koje su se provodile kako bi se doprlo do ljudi koji nisu bili svjesni važnosti knjižnice.

Marketingom se sve više počinju zanimati i neprofitne organizacije kao što je i knjižnica.<sup>22</sup> Mnoge se knjižnice suočavaju s nedostatkom financijskih sredstava i stručnog osoblja zbog toga što javnost ne razumije ono što knjižnice rade, kao niti ono što će raditi u budućnosti, stoga odgovornost snose knjižničari. Ako knjižnice žele zadovoljiti potrebe današnjih knjižničnih korisnika, nužno je da usvoje koncept marketinga i implementiraju ga u poslovanju. U knjižnicama, kao i u drugim organizacijama, zanemarivanje potencijala suvremenog marketinga vodi ka neuspjehu. Zbog toga pitanje hoće li knjižnice usvojiti koncept suvremenog marketinga nije pravo pitanje, već je pravo pitanje kada će to učiniti.

Poznavanje zajednice koju knjižnica opslužuje vodi k odgovarajućim, a prema tome i boljim knjižničnim uslugama. Prema tome, dobar marketing knjižnice ne započinje dobrim knjižničnim uslugama nego istraživanjem zajednice koju knjižnica opslužuje. Nužno je, dakle, kontinuirano i predano raditi na angažiranju, prilagođavanju i upoznavanju zajednice, budući da su knjižnici važniji ljudi, nego knjige.

U nastojanju da privuku pozornost javnosti, knjižnice moraju aktivno promovirati ono što nude. Više nije dovoljno da knjižnice postoje i da su dostupne – knjižničar mora znati što korisnik želi te dati korisniku do znanja da svoje potrebe može zadovoljiti upravo u knjižnici. Zbog toga se marketing u knjižnicama smatra ključnim za njihovo preživljavanje u 21. stoljeću.<sup>23</sup>

Mercer tvrdi da je aktivno sudjelovanje u upravljanju promjenama jedan od izazova u ovoj profesiji. Naime, u današnjem je svijetu važnost knjižnica upitna zbog lake dostupnosti informacija i njihove distribucije na Internetu.<sup>24</sup>

Činjenica je da korisnici informaciju ponekad žele odmah, makar ona bila upitne kvalitete. S obzirom da brojni pretraživači, kao što je i Google, to omogućavaju, potrebno je promovirati

<sup>22</sup> Kotler, P. Upravljanje marketingom 1 : analiza, planiranje i kontrola. Zagreb : Matica hrvatska, 1988. Str. 30.

<sup>23</sup> Dukić, G.; Sopka, I. Upravljanje marketingom male knjižnice. // Knjižničarstvo 17, 1(2013), str. 9-33.

<sup>24</sup> Mercer, P. Changing Our Future : Issues in Leadership and Management Skills and the Information Profession. // ALIA 2000. Capitalising on Knowledge : The Information Profession in the 21st Century (Canberra, October 23-26, 2000). Dostupno na: <http://conferences.alia.org.au/alia2000/proceedings/prue.mercer.html>. Citirano prema: Dukić, G.; Sopka, I. Upravljanje marketingom male knjižnice. // Knjižničarstvo 17, 1(2013), str. 9-33.

korištenje knjižničnih izvora i naučiti korisnike da informacija treba biti provjerena i relevantna, a ne samo primljena, te da takve informacije mogu pronaći upravo u knjižnici.

### 3.3.1. Upravljanje marketingom

Pravilno upravljanje marketingom od ključne je važnosti za svjetski poznate tvrtke i organizacije koje su velikim dijelom rezultat usredotočenosti na kupce i potrošače.

Ulaganje u marketing preduvjet je uspjeha ne samo velikih, nego i malih tvrtki i organizacija, odnosno za sve neovisno o veličini, području djelovanja i odnosu prema profitu.

Marketing je, dakle, od presudne važnosti za sve tvrtke i organizacije, neovisno o veličini, području djelovanja i odnosu prema profitu.

Kotler stavlja naglasak na važnost korisnika i zadovoljenje njihovih potreba i želja. Iz tog razloga, marketing obuhvaća istraživanje potreba korisnika, osmišljavanje odgovarajućih proizvoda ili usluga koji su u skladu s njihovim potrebama te promoviranje i isporučivanje istoga na odgovarajući način. Nužan je i marketinški plan koji slijedi navedene radnje, uključuje definiranu marketinšku strategiju, te omogućuje analizu sveukupno učinjenog posla.<sup>25</sup>

Gledajući na profit kao cilj poslovanja, postoje organizacije koje se dijele na profitne i neprofitne. U neprofitnim organizacijama, među koje se ubrajaju i knjižnice, marketing se koristi u svrhu ostvarivanja ciljeva koji nisu komercijalne naravi, kao što je poboljšanje informacijske pismenosti, razvijanje čitalačkih navika i slično. Neprofitni marketing možemo smatrati dvosmjernim komunikacijskim procesom između davatelja usluga i njegova korisnika, s ciljem identifikacije i maksimalnog zadovoljavanja potreba korisnika.

Druga je važna zadaća marketinga stvaranje povoljnog mišljenja i naklonosti javnosti o vlastitoj organizaciji. Knjižnice su neprofitne organizacije koje djeluju za opću dobrobit društva, a koje se u 21. stoljeću također moraju boriti za pozornost i naklonost korisnika.

Iako je poznato da su knjižnice oduvijek bile podrška obrazovanju i svrsishodnom provođenju slobodnog vremena, ne samo u svrhu edukacije, nego i razonode, današnji korisnici imaju mnogo više izbora glede mjesta za učenje i zabavu. Zbog toga jedino marketing može pomoći knjižnicama da pokažu, odnosno dokažu kako su danas isto ono što su oduvijek bile, i to u potpunosti prilagođene suvremenom čovjeku.<sup>26</sup>

---

<sup>25</sup> Kotler, P. ; Wong, V. ; Saunders, J. ; Armstrong, G. Osnove marketinga. Zagreb: Mate, 2006. Str. 5. Citirano prema: Dukić, G.; Sopka, I. Upravljanje marketingom male knjižnice. // Knjižničarstvo 17, 1(2013), str. 9-33.

<sup>26</sup>Dukić, G.; Sopka, I. Upravljanje marketingom male knjižnice. // Knjižničarstvo 17, 1(2013), str. 9-33.

### 3.3.2. Mjerenje uspješnosti poslovanja (Benchmarking)

Vrednovanje poslovanja knjižnice i različiti postupci, poput prikupljanja i obrade statističkih podataka, mjerenja uspješnosti poslovanja pomoću sustava pokazatelja, benchmarking analize i slično, od velike su važnosti za knjižnicu, a služe kako bi se unaprijedila učinkovitost, poboljšala transparentnost i odgovornost prema javnosti te ostvarile uštede proračunskih sredstava.. Ustanove u kulturi, a među njima i narodna knjižnica, dio su javnog sektora te u tom smislu uključene u sve promjene koje javni sektor prolazi posljednjih desetljeća.<sup>27</sup>

IFLA-ine i UNESCO-ove smjernice za narodne knjižnice navode mjerenje uspješnosti kao jedno od pomagala za upravljače te preporučuje i osnovne pokazatelje za ocjenjivanje stupnja ispunjenosti knjižničnih ciljeva razvrstane u nekoliko kategorija, kao što su primjerice pokazatelji korištenja (npr., posudba po stanovniku, postotak stanovništva učlanjenog u knjižnici i sl.), pokazatelji o građi, pokazatelji o osoblju, kvalitativni pokazatelji (npr. istraživanje zadovoljstva korisnika), pokazatelji troškova (jedinični trošak službi, usluga i aktivnosti), pokazatelji za usporedbu s odgovarajućim međunarodnim, nacionalnim ili mjesnim knjižničnim uslugama.<sup>28</sup>

Benchmarking (usporedba s praksom najboljih) znači mjerenje i usporedbu vlastitog proizvoda ili usluge s drugima koji prednjači u nekom polju. To je svrhovit postupak jer potiče organizacije da preispitaju svoje strategije, dođu do novih zamisli i pokrenu promjene.

Benchmarking kao pojam potječe iz ekonomskih znanosti i označava metodu unapređivanja konkurentnosti vlastitog poslovanja i učinkovitosti zadovoljavanja potreba korisnika pomoću učenja od drugih, proučavanja drugih i poboljšavanja vlastitog poslovanja na osnovi onog što smo naučili, te uključuje:

- usporedbu s najboljima ne ograničavajući se na istu djelatnost niti istu zemlju gdje se djelatnost obavlja,
- usporedbu vlastite djelatnosti s odgovarajućim aktivnostima drugih kako bi se definirali najbolji,
- usporedbu s rezultatima onih, koji imaju vodeće rezultate,

---

<sup>27</sup>Tuškan Mihočić, G. Mjerenje uspješnosti poslovanja u narodnoj knjižnici. // Vjesnik bibliotekara Hrvatske 54, 4(2011), str. 213.

<sup>28</sup>IFLA-ine smjernice za narodne knjižnice / uredile Christie Koontz i Barbara Gubbin. 2. hrvatsko izd., (prema 2. izmijenjenom izd. izvornika). Zagreb : Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2011. Str. 130.

- usporedbu različitih (tehničkih) rješenja radi odabira najboljih u odnosu na specifične potrebe,
- primjenu najboljih poslovnih procesa,
- planiranje pravaca razvoja, razvojnih strategija i aktivno prilagođavanje novim trendovima,
- ispunjavanje i nadmašivanje korisničkih očekivanja.<sup>29</sup>

Primjena benchmarkinga potiče kreativnost, sposobnost brzog prilagođavanja novonastalim uvjetima na tržištu, fleksibilnost i otvorenost novim idejama i poticajima. Bit benchmarkinga kao razvojnog procesa i metode može se izraziti s ovim pitanjima:

- 1) Koja organizacija radi nabolje?
- 2) Kako to rade?
- 3) Kako mi to radimo sada?
- 4) Kako možemo postati ravnopravni ili nadmašiti najbolje?

Benchmarking u knjižnicama možemo definirati kao: „kontinuirani proces unapređivanja cjelokupnog poslovanja knjižnice zasnovan na neprekidnom uspoređivanju rezultata mjerenja vlastitog učinka s rezultatima poslovanja drugih knjižnica, odnosno drugih organizacija i sl., te spremnošću iskorištavanja ovih izvora kao poticaja vlastitog poboljšanja. Benchmarking u knjižnicama je učinkovita metoda neposrednog učenja i razvoja.“<sup>30</sup> Ima više faza, te uključuje sljedeće korake:

- 1) Faza- identifikacija kritičnog procesa unutar vlastite knjižnice koji treba unaprijediti (formiranje benchmarking ekipe, odluka što podvrgnuti benchmarking procesu i sl.);
- 2) Faza- planiranje provedbe benchmarking projekta (izbor metodologije, plan prikupljanja podataka, identifikacija knjižnice, vremenski rokovi, plan zadataka i aktivnosti, popis odgovornosti i dr.);
- 3) Faza- analiza vlastitog polazišnog stanja/ kritičkog procesa (analiza pokazatelja uspješnosti poslovanja u odnosu na strateško opredjeljenje);
- 4) Faza- analiza poslovanja referentne knjižnice ili nekog drugog partnera (kontakt s traženom knjižnicom, proučavanje njenih aktivnosti);

---

<sup>29</sup>Katalenac, D. Mogućnosti primjene benchmarkinga u upravljanju knjižnicama. // Knjižničarstvo : glasnik Društva knjižničara Slavonije i Baranje 4, 1/2(2000), str. 30.

<sup>30</sup>Katalenac, D. Mogućnosti primjene benchmarkinga u upravljanju knjižnicama. // Knjižničarstvo : glasnik Društva knjižničara Slavonije i Baranje 4, 1/2(2000), str. 33.

- 5) Faza- analiza podataka (uključuje: utvrđivanje razlike u rezultatima u usporedbi s najboljom praksom, kvalitativnu kontrolu podataka i uočavanje neusporedivih čimbenika, izradu izvještaja);
- 6) Faza- unapređivanje kritičnog procesa u vlastitoj knjižnici na temelju novih spoznaja (prepoznavanje potrebnih aktivnosti na ispravljanju pogrešnih procesa, plan primjene);
- 7) Faza- primjena i praćenje rezultata (primjenu rješenja i mjerenje utjecaja, analizu rezultata poboljšanja, provođenje kontinuiranog poboljšanja).<sup>31</sup>

Kada je riječ o hrvatskim knjižnicama, one sve više djeluju u okruženju identičnom okruženju knjižnica gospodarski najrazvijenijih država industrijskog zapada, te nailaze na različite izazove koji zahtijevaju spremnost na brze i stalne promjene usmjerene povećanju kvalitete, učinkovitosti i ekonomičnosti usluga, te prilagođavanju.

Benchmarking se nameće kao jedna od mogućih novih metoda u procesu upravljanja knjižnicama, kao potpora u donošenju odluka važnih za upravljanje, odlučivanje i razvoj knjižnica.

U usporedbi s razvijenim sredinama knjižnična stvarnost u Hrvatskoj, u odnosu na mogućnosti primjene benchmarkinga, odražava mnogobrojna ograničenja, koja su posljedica dugogodišnjeg zanemarivanja i podcjenjivanja ove djelatnosti:

- 1) U Hrvatskoj ne postoji tradicija sustavnog mjerenja učinka u knjižnicama na temelju zajedničkih mjerila. Postoji samo individualno praćenje rezultata rada od strane svake knjižnice s pretežno kvantitativnim podacima (godišnji izvještaji i sl.) koji pokrivaju samo temeljne funkcije tradicionalnog knjižničnog poslovanja.
- 2) Odsustvo pouzdanih zbirnih podataka o rezultatima djelovanja knjižnica u cjelini na nacionalnoj razini, odnosno pojedinih vrsta knjižnica izrađenih u okviru knjižnične zajednice.
- 3) Nepreciznost i neupotrebljivost informacija i podataka o knjižnicama iz drugih izvora.
- 4) Neizgrađen sustav referentnih mjernih vrijednosti - odličnih knjižnica, čija se djelatnost označava kao temeljna mjerna vrijednost u značenju „best value“, temeljem izgrađenog, nepristranog sustava mjerenja učinka.
- 5) Ne postoje izgrađeni suvremeni konvencionalni ili automatizirani sustavi mjerenja učinka, definirane mjerne vrijednosti i indikatori učinka za provedbu procesa ocjenjivanja djelovanja knjižnica u tradicionalnom ili elektroničkom okruženju.

---

<sup>31</sup>Katalenac, D. Mogućnosti primjene benchmarkinga u upravljanju knjižnicama. // Knjižničarstvo : glasnik Društva knjižničara Slavonije i Baranje 4, 1/2(2000), str. 34.

- 6) Odsustvo interesa i potpore mjerenju učinka, unapređivanju kvalitete usluga i poticanja razvoja od strane i lokalne i državne uprave, čak i u odnosu na pitanja uložених sredstava.<sup>32</sup>

### 3.3.3. Mrežne stranice u promidžbi

Globalizacijom dolaze i zakonitosti koje moramo poštivati, a posebice se to odnosi na struke koje svoj život žive u informacijskom okruženju i promjenama koje ono donosi.<sup>33</sup> Internet i elektroničko poslovanje donose razvijenom svijetu sve više dobiti, bolji plasman na tržištu te izgradnju informacijskog društva, a mreža postaje središnji oblik i medij svih vrsta djelovanja.<sup>34</sup>

Osim iznimne važnosti interneta pri razvoju elektroničkog poslovanja, ništa manje nije važna njegova uloga kao sve efikasnijeg promidžbenog sredstva.

Vizualni identitet ustanove (npr. knjižnice) najvažniji je element u promidžbi proizvoda, a prepoznatljiv je kroz logotip, zaštitni znak i sl., dok ga u novije vrijeme najbliže i najviše određuju baš mrežne stranice. Internet je izuzetno moćan medij koji je mnoge marketinške opcije doradio i postavio na čvrsta uporišta. Svjetske tvrtke do 30% svojih prihoda investiraju u promidžbu, i to posebice u elektroničkom okruženju.<sup>35</sup>

Knjižnične mrežne stranice kao i elektronička pošta postaju osnovno sredstvo komunikacije uz koje se vezuje formiranje skupina koje će primati određene informacije, te kvalitetnije koristiti knjižnične usluge, koje moraju biti dostupne i lako pretraživane, dizajnom odgovarati potrebama svoga vremena i okruženja. Informacije koje donose moraju se redovito ažurirati i biti pravovremene te, najvažnije, moraju biti obavijesne. Marketinški gledano, mrežne stranice moraju funkcionirati kao portal koji će korisniku omogućiti da sve izvore traži preko njega.<sup>36</sup>

---

<sup>32</sup>Katalenac, D. Mogućnosti primjene benchmarkinga u upravljanju knjižnicama. // Knjižničarstvo : glasnik Društva knjižničara Slavonije i Baranje 4, 1/2(2000), str. 43.

<sup>33</sup> Sečić, D. Uspješnost djelovanja znanstvene knjižnice u vremenu globalizacije i brzih promjena u okruženju. // Vjesnik bibliotekara Hrvatske 43, 4(2000), str. 70-79. Citirano prema: Lazzarich, L. Koliko mrežne stranice knjižnica mogu pomoći ili odmoći u promidžbi? // Vjesnik bibliotekara Hrvatske 46, 3/4 (2003[i.e. 2004]), str. 120.

<sup>34</sup> Ružić, D. Marketinške mogućnosti Interneta. Osijek : Ekonomski fakultet, 2000. Str. 3. Citirano prema: Lazzarich, L. Koliko mrežne stranice knjižnica mogu pomoći ili odmoći u promidžbi? // Vjesnik bibliotekara Hrvatske 46, 3/4 (2003[i.e. 2004]), str. 120.

<sup>35</sup>Eiglier, P. Marketing usluga. Rijeka : Vitagraf, 1999. Citirano prema: Lazzarich, L. Koliko mrežne stranice knjižnica mogu pomoći ili odmoći u promidžbi? // Vjesnik bibliotekara Hrvatske 46, 3/4 (2003[i.e. 2004]), str. 120.

<sup>36</sup>Kotler, P. Upravljanje marketingom : analiza, planiranje, primjena i kontrola. Zagreb : Mate, 2001. Citirano prema: Lazzarich, L. Koliko mrežne stranice knjižnica mogu pomoći ili odmoći u promidžbi? // Vjesnik bibliotekara Hrvatske 46, 3/4 (2003[i.e. 2004]), str. 121.



### 3.4. Strategija razvoja Gradske knjižnice Slavonski Brod

Promjene koje su nastupile u području tržišta, poslovnog svijeta i društva, rezultat su brzog razvoja tehnologije i društvenih promjena. Neprofitno područje, kojemu uglavnom pripada kultura i obrazovanje, nije ostalo imuno na te iste promjene, dapače, izloženo je snažnim utjecajima novih tehnologija i novih načina komuniciranja. Izazovi pred kojima se nalaze narodne i visokoškolske knjižnice, mnogi su: kako odgovoriti na sve više zahtjeva za novim uslugama, kako zadovoljiti korisničke zahtjeve koji su sve složeniji, kako ugraditi nova tehnološka rješenja u postojeću, neprimjerenu organizacijsku strukturu i slično.<sup>37</sup>

#### 3.4.1. Misija i vizija

Misija Gradske knjižnice Slavonski Brod je javnim radom i djelovanjem nastaviti tradiciju pučkih čitaonica i iz njih proizašlih narodnih knjižnica kroz podržavanje identiteta zajednice i osobnog razvoja pojedinca, preuzimanjem odgovornosti za informiranje pojedinca, osiguranjem građe na različitim medijima, postojanošću u cilju poboljšanja kvalitete slobodnog vremena. Prepoznajući nova tehnološka dostignuća omogućiti pristup širokom i raznolikom spektru znanja, mišljenja i ideja, osigurati dostupnosti fondova hrvatskih i stranih knjižnica. U tom cilju Gradska knjižnica Slavonski Brod posebnu će pozornost usmjeriti prema, sve zastupljenijim, manjinskim korisnicima, držeći se IFLA-inih načela i smjernica.

Korištenjem novih tehnologija, dugoročno putem formiranja virtualne knjižnice, knjižnica treba biti prisutna u svakom domu kao simbol i promotor lokalne zajednice i njezinih vrijednosti, što je ujedno i vizija knjižnice.<sup>38</sup>

---

<sup>37</sup>Badurina, B. ; Dragija Ivanović, M. ; Krtalić, M. Vrednovanje knjižničnih službi i usluga akademskih i narodnih knjižnica. // Vjesnik bibliotekara Hrvatske 53, 1(2010), str. 49.

<sup>38</sup>Gradska knjižnica Slavonski Brod : Strategija razvoja 2012.-2017. Dostupno na: <http://www.gksb.hr/index.php/knjiznica/sluzbeni-dokumenti> (12. 8. 2015.)

### 3.4.2. Strategija knjižnice i ciljevi

Osnovna zadaća knjižnice je na ekonomičan način „vagati“ prilike i prijetnje iz knjižničnog okruženja.

Knjižnica kao jedna od najtradicionalnijih ustanova kulture mora iznalaziti nove oblike programskog djelovanja i metode njihove realizacije, odnosno, mora poticati nove tipove samih kulturnih proizvoda. Kvaliteta programa povezana je i s ocjenom inovativnosti pristupa koji podrazumijeva: nove sadržaje rada ustanove; nove metode rada i pristupa u radu s korisnicima; nove tipove usluga; uporabu različitih medija u izvođenju programa. U tom smjeru, knjižnica treba inzistirati na cjeloživotnom obrazovanju i stalnom stručnom usavršavanju svojih djelatnika. Jedino kao takva ona će biti u mogućnosti pratiti promjene medija i promjene pismenosti općenito. Važno je i potrebno raditi na podizanju svijesti o vrijednosti kulture, što je ostvarivo razvojem ljudskih kapaciteta i određivanjem prioriteta.

Kao osnovni cilj smatra se jačanje Knjižnice kako bi postala samoodrživa i kako bi pridonijela razvoju svoje zajednice, povisila razinu kulturnog života, postala sudionik kulturne politike, postala aktivni partner u formalnom i neformalnom obrazovanju građana te omogućila jačanje otvorenog društva.

Osim osnovnog i glavnog cilja, postoje i specifični ciljevi Knjižnice koji se odnose na:

- uvođenje strateškog planiranja koje će pomoći knjižnici da postane održiva pravilnim pozicioniranjem u svojoj lokalnoj, odnosno regionalnoj zajednici i osigura si uvjete za trajni i održivi organizacijski razvoj,
- stvaranje horizontalne veze između sudionika kulturne politike svih sektora,
- povećanje ambicija i kompetitivnosti kulturnog sektora,
- razvijanje poduzetničkog duha,
- stvaranje uvjeta za povećanje općedruštvene važnosti kulture općenito i knjižnica pojedinačno.

Dodatni ciljevi knjižnice su:

- podizanje kapaciteta knjižnica u prostoru svoje osnovne kulturne/informacijske/edukacijske djelatnosti i postizanje stupnja izvrsnosti u svim aspektima koji proizlaze iz nje;

- formaliziranje stečenog znanja i vještina same organizacija kako bi ostvarila višu razinu samoodrživosti i omogućila njegovo širenje u lokalnoj zajednici;
- razvijanje svijesti o važnosti djelovanja na tržištu kulture putem vlastite ponude, definiranje posebnih programa i usluga i širenje grupe korisnika;
- širenje lokalnih platformi i pokretanje lokalnih inicijativa pomoću kojih bi se i ostale kulturne organizacije uključivale u navedene procese;
- poticanje razumijevanja kulturne raznolikosti i zalaganje za koncipiranje i izvođenje interkulturalnih projekata;
- uključivanje u regionalne sheme suradnje i širenja partnerstva i umrežavanja.<sup>39</sup>

### 3.4.3. Uvjeti za napredak u organizaciji rada Gradske knjižnice Slavonski Brod

Kada je riječ o organizaciji rada Gradske knjižnice Slavonski Brod, ovo su uvjeti za napredak:

#### 1) Unapređivanja suradnje institucija u kulturi, obrazovanju i znanosti

Gradska knjižnica Slavonski Brod treba osmisliti i realizirati integrirani marketinški plan i program s ostalim institucijama u kulturi, Turističkom zajednicom Grada, te obrazovnim i znanstvenim institucijama kroz zajednički paket pružanja usluge. Posebna se pozornost mora pružiti unapređivanju suradnje sa Strojarskim fakultetom, dislociranim Učiteljskim fakultetom u Slavonskom Brodu i Veleučilištem u Slavonskom Brodu. Kako je riječ o tek uspostavljenim visokoškolskim smjerovima, suradnja i pomoć kod kreiranja fonda Knjižnice u područjima njihovih smjerova na obostranu je korist, a zadovoljenje i njihovih komunikacijskih i kulturnih potreba je misija knjižnice.<sup>40</sup>

#### 2) Kontinuirane informatizacije svih aspekata djelovanja

Nužno je poticanje svih pravaca intenzivnog korištenja svih postojećih resursa u svrhu poboljšanja rada Knjižnice, a konačni rezultat toga trebala bi biti realizirana virtualna knjižnica.

<sup>39</sup> Gradska knjižnica Slavonski Brod : Strategija razvoja 2012.-2017. Dostupno na: <http://www.gksb.hr/index.php/knjiznica/sluzbeni-dokumenti> (12. 8. 2015.)

<sup>40</sup> Gradska knjižnica Slavonski Brod : Strategija razvoja 2012.-2017. Dostupno na: <http://www.gksb.hr/index.php/knjiznica/sluzbeni-dokumenti> (12. 8. 2015.)

### 3) Postavljanja i pridržavanja općeprihvaćenog sustava kvalitete

Kvaliteta u kulturi podrazumijeva stalni napredak. U taj proces trebaju biti uključeni svi zaposlenici u domeni svoje odgovornosti i korisnici kao ravnopravan partner procesa, a općeprihvaćeni sustav kvalitete treba implementirati.<sup>41</sup>

#### 3.4.4. Aktivnosti Gradske knjižnice Slavonski Brod

Gradska knjižnica Slavonski Brod, kao narodna knjižnica složen je sustav kojim se treba upravljati sustavno uvažavajući interese kako korisnika, tako i djelatnika.

Plan strateškog razvoja implicira ne samo njenu integraciju u svakodnevni život Slavanskog Broda i Brodsko-posavske županije nego i mogućnosti uklapanja u svjetske trendove, odnosno suradnje i protočnosti kulture informacija i književne riječi.

Knjižnica je tu kako bi pridonosila ukupnoj kulturnoj ponudi Grada te povećala standard življenja u zajednici. Knjižnica mora postati i ostati informacijsko, kulturno i multimedijalno središte te edukacijska potpora za korisnike/građane Slavanskog Broda, Brodsko-posavske županije i šire.<sup>42</sup>

---

<sup>41</sup>Gradska knjižnica Slavonski Brod : Strategija razvoja 2012.-2017. Dostupno na: <http://www.gksb.hr/index.php/knjiznica/sluzbeni-dokumenti> (12. 8. 2015.)

<sup>42</sup>Gradska knjižnica Slavonski Brod : Strategija razvoja 2012.-2017. Dostupno na: <http://www.gksb.hr/index.php/knjiznica/sluzbeni-dokumenti> (12. 8. 2015.)

## 4. Istraživanje

### 4.1. O knjižnici

Gradska knjižnica Slavonski Brod osnovana je 1. svibnja 1948. godine i bila je smještena u jednoj prostoriji u Mesićevoj ulici s tri zaposlena radnika i početnim fondom od 1416 knjiga. U prvih desetak godina djelovanja Knjižnice njen knjižni fond dosegao je 26 000 svezaka, a već 1961. stvoreni su uvjeti za suvremenije organiziranje i djelovanje Čitaonice u sastavu Gradske knjižnice. Te iste godine Gradska knjižnica je proglašena samostalnom ustanovom i preimenovana u Gradsku biblioteku, koja je dvije godine kasnije i proglašena matičnom bibliotekom za sve vrste knjižnica na području tadašnje Općine Slavonski Brod. Bio je to važan događaj za sveukupni razvoj knjižničarstva na ovom području, ali i značajan poticaj za ubrzaniji razvoj i same Knjižnice.

Razvoj Gradske knjižnice zaustavili su ratni događaji, te je Knjižnica pretrpjela velike štete. Kroz sve ovo vrijeme kontinuirano je radila sa svojim korisnicima, organizirala programe edukativno-kulturnog sadržaja i, usporedno s tim, pripremala se za obnovu svoje zgrade na obali Save. Radovi na sanaciji, obnovi i opremanju Knjižnice uz financijsku potporu Ministarstva kulture Republike Hrvatske, Grada Slavenskog Broda i Brodsko-posavske županije, trajali su nešto manje od dvije godine, te obnovljena i suvremeno opremljena Gradska knjižnica s ukupno 1600 kvadratnih metara korisnog prostora svečano je otvorena 26. svibnja 1998. u okviru programa obilježavanja 50. obljetnice njenog osnivanja.<sup>43</sup>

Danas je Gradska knjižnica Slavonski Brod samostalna javna ustanova koja čuva temeljne vrijednosti hrvatskoga društva. Kao narodna knjižnica, ona nastoji zadovoljiti informacijske, obrazovne i kulturne potrebe svojih korisnika. Stoga su njezine zadaće odabir, prikupljanje, obrada, pohrana, zaštita te davanje na korištenje građe, kao i pristup drugim informacijskim izvorima. Također, ova knjižnica je od ožujka 1995. proglašena županijskom matičnom knjižnicom s ovlastima i obvezama matičnosti prema svim narodnim i školskim knjižnicama na području Brodsko-posavske županije.

---

<sup>43</sup>Gradska knjižnica Slavonski Brod. Dostupno na: <http://www.gksb.hr/index.php/knjiznica/povijest> (13. 8. 2015.)

Osim matične službe i odjela nabave, Knjižnica djeluje i kroz sljedeće odjele:

- Odjel za odrasle i glazbena zbirka
- Zavičajna zbirka sa studijskom čitaonicom
- Čitaonica i dječji odjel<sup>44</sup>

Knjižnica svoju djelatnost obavlja kroz edukaciju svojih korisnika, timski rad i stvaralačke radionice. Usporedno s razvojem informatike i ostalih tehnologija razvija sve veće bogatstvo i raznovrsnost programa. Omogućuje slobodan pristup svim izvorima znanja te razvija metode i tehnike samostalnoga obrazovanja. Svi oblici edukacije u ovoj knjižnici imaju za cilj osposobiti korisnike za samostalno procjenjivanje postignutog, uz dozu samokritičnosti. Također, knjižnica na odličan način prezentira sebe široj zajednici te ostvaruje svoju prvobitnu ulogu, dokazuje da je tu za svoje korisnike. Uz svoju svakodnevnu djelatnost, knjižnica organizira različite aktivnosti.

Istraživanjem se na temelju spola, dobi, statusa te stupnja obrazovanja definirao okvirni profil korisnika koji najčešće posjećuju knjižnicu kao i za što ju najčešće koriste. Nadalje, saznao se stupanj njihovog zadovoljstva pojedinim uslugama, važnost knjižnice u njihovom životu i na koji ju način percipiraju te prijedlozi za poboljšanje usluga. Dosada je knjižnica prikupljala samo kvantitativne podatke, odnosno statistička izvješća o broju članova, popisu građe i broju posjeta, dok istraživanja o mjeranju uspješnosti poslovanja nisu provedena.

#### 4.2. Ciljevi istraživanja i hipoteze

Osnovni cilj ovoga istraživanja jest utvrditi stupanj zadovoljstva korisnika uslugama Gradske knjižnice Slavonski Brod. Prije provedbe istraživanja utvrđeni su konkretni ciljevi koji predstavljaju temelj istraživanja, a to su:

- definirati profil korisnika koji najčešće posjećuju knjižnicu,
- istražiti važnost kulturnog razvoja za Slavonski Brod,
- istražiti što korisnici misle o knjižnici,
- posjećenost knjižnice, te razlog dolaska,
- utvrditi usluge koje se najčešće koriste,
- utvrditi stupanj zadovoljstva pojedinim uslugama,

---

<sup>44</sup> Gradska knjižnica Slavonski Brod. Dostupno na: <http://www.gksb.hr/> (13. 8. 2015.)

- utvrditi zastupljenost korištenja interneta u knjižnici i mrežne stranice knjižnice,
- utvrditi stupanj važnosti knjižnice u životu korisnika,
- saznati na koji način korisnici percipiraju knjižnicu
- utvrditi željene promjene u radu knjižnice.

Drugim riječima, cilj istraživanja bio je prikupiti podatke o percepciji odabranih segmenata rada knjižnice među posjetiteljima Gradske knjižnice Slavonski Brod i općoj slici knjižnice.

### 4.3. Instrument i metodologija

Kao instrument za provedbu istraživanja odabrana je metoda anketiranja zbog mogućnosti da se na ujednačen način ispituju korisnici knjižnice. Na temelju prethodno postavljenih ciljeva i hipoteza sastavljen je anketni upitnik (prilog 1) namijenjen svim članovima Gradske knjižnice Slavonski Brod. Upitnik započinje uvodnim objašnjenjem svrhe istraživanja nakon čega slijedi 18 pitanja uglavnom zatvorenog tipa (u nekoliko je pitanja ispitanicima ostavljena mogućnost višestrukog odgovora i dopisivanja odgovora). U dogovoru s ravnateljicom i osobljem knjižnice, upitnici su se nalazili za knjižničnim pultom.

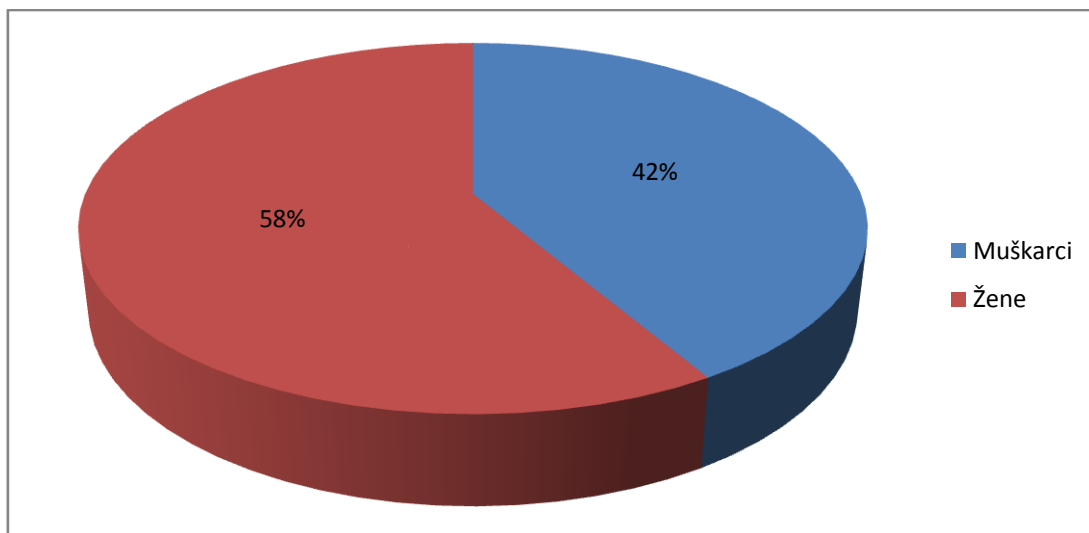
Istraživanje je započeto 25. 5. 2015. a završeno je 15. 6. 2015. s ispunjena 53 anketna upitnika. Rezultati upitnika ručno su obrađeni i za njihovu se obradu koristila deskriptivna statistika.

### 4.4. Rezultati istraživanja

Slijedi obrada svakog pitanja koje se nalazilo u anketnom upitniku. Od ukupno 60 pripremljenih anketa, 53 su uspješno ispunjene i obrađene.

#### 4.4.1. Spol

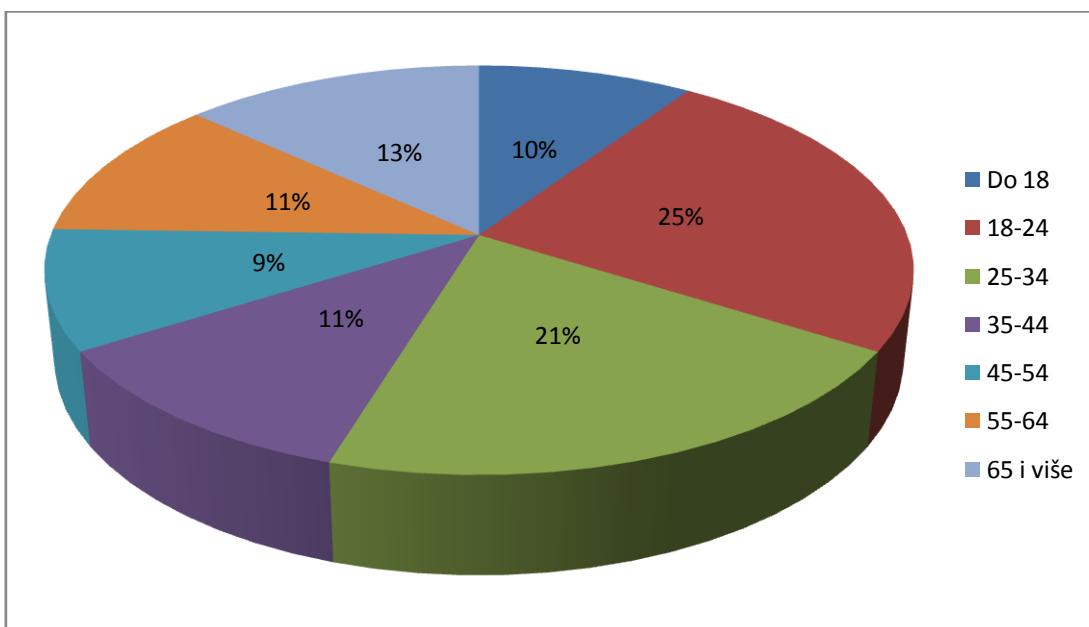
U prvom pitanju korisnici su morali navesti spol. U istraživanju je sudjelovalo 31 (58,49 %) osoba ženskog spola te 22 (41,51%) osobe muškog spola.



**Grafikon 1: Ispitanici prema spolu**

#### 4.4.2. Dob

U drugom pitanju korisnici su morali navesti svoju dob. Iz rezultata je vidljivo da najviše ispitanika čine korisnici od 18-te do 24-te godine, ukupno njih 13 (24,53 %). Zatim 11 ispitanika je u dobi od 25 do 34 godine (20,75%), sedam ispitanika je u dobi od 65 godina i više (13,20%), podjednako po šest ispitanika je u dobi od 35 do 44, te od 55 do 64 godine (11,32%), kao i u dobi do 18, te od 45 do 54 godine (9,43%).

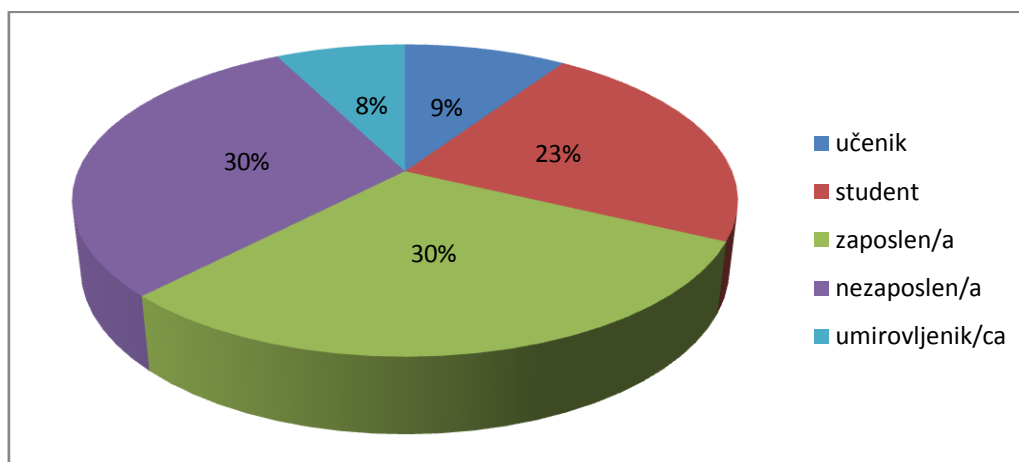


**Grafikon 2: Ispitanici prema dobi**



#### 4.4.3. Status

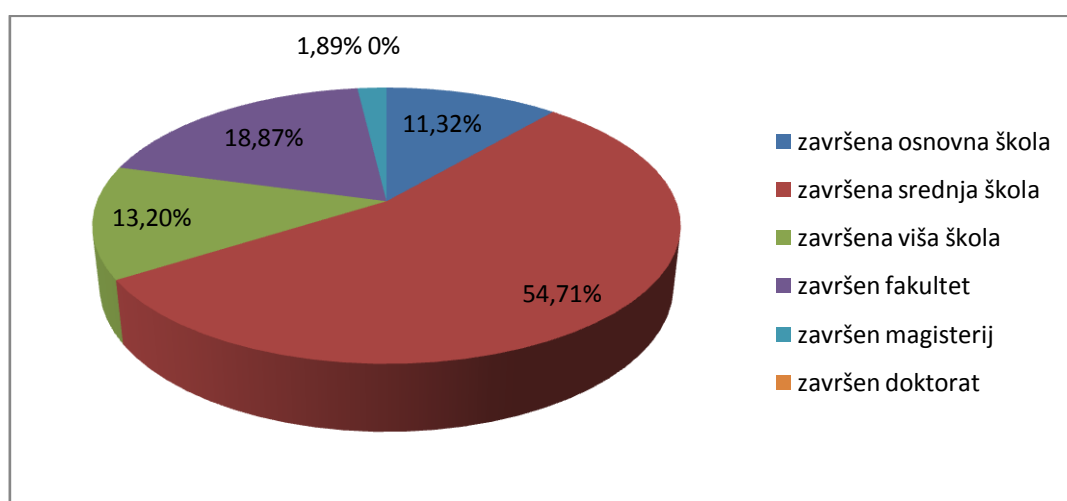
Treće pitanje se odnosi na status ispitanika. Iz rezultata je vidljivo kako je anketu ispunilo pet (9,43%) učenika, 12 (22,64%) studenata, 16 (30,19%) zaposlenih, 16 (30,19%) nezaposlenih te četiri (7,55%) umirovljenika.



**Grafikon 3: Ispitanici prema statusu**

#### 4.4.4. Stupanj obrazovanja

Četvrto pitanje odnosilo se na najviši završeni stupanj obrazovanja ispitanika. Šest (11,32%) ispitanika ima završenu osnovnu školu, 29 (54,71%) ih je sa završenom srednjom školom, sedam (13,20%) ih je sa završenom višom školom, 10 (18,87%) ima završen fakultet, dok je samo jedan (1,89%) ispitanik s magisterijem. Nijedan od ispitanika nema završen doktorat.



**Grafikon 4: Ispitanici prema stupnju obrazovanja**

#### 4.4.5. Zanimanje/ područje rada

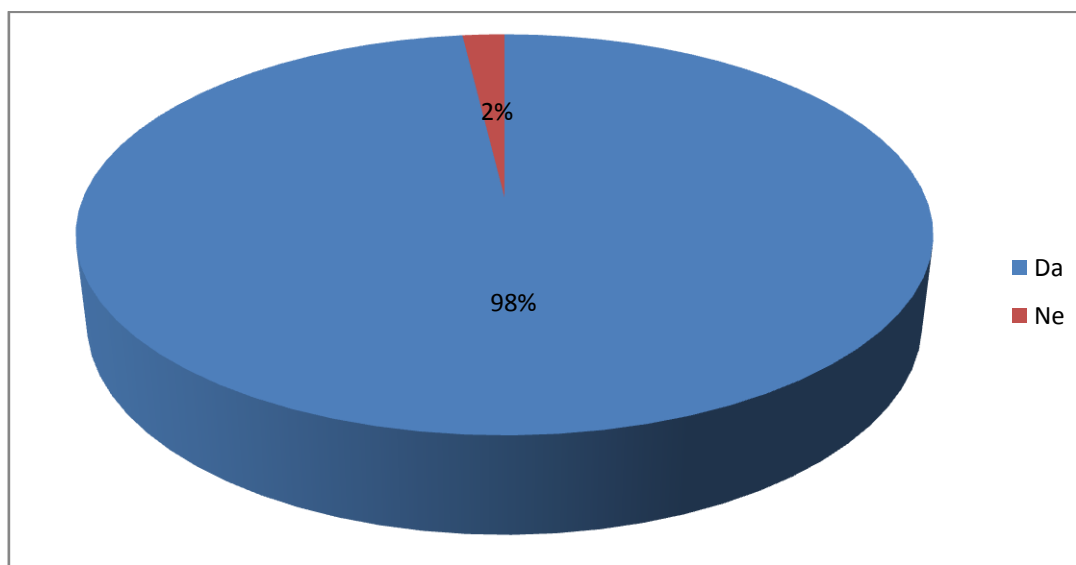
Peto pitanje se odnosilo samo na zaposlene osobe, pri čemu su ispitanici morali navesti zanimanje, odnosno područje rada. Od ukupno 16 zaposlenih osoba (vidljivo u grafikonu 3), 15 ih je na ovo pitanje odgovorilo, kako je prikazano u Tablici 2:

<b>Muškarci</b>	<b>Žene</b>
Građevina	Odgojiteljica predškolske djeca
Knjižničarstvo	Obrazovanje (prevoditeljstvo)
Diplomirani teolog (profesor vjeronauka)	Nastavnica strukovnih predmeta
Plinoinstalater i ostala moneterska zanimanja	Kultura
Prodavač	Knjigovođa
Menadžment	Prosvjeta
	Upravna referentica
	Prodavačica
	Medicinska sestra

**Tablica 2: Zanimanje/područje rada**

#### 4.4.6. Važnost kulturnog razvoja za grad

Na šesto pitanje koje glasi *Smatrate li da je za Slavonski Brod važan kulturni razvoj*, ispitanici su odgovarali sa da ili ne. 52 (98,11%) ispitanika je potvrdno odgovorilo, a samo jedan (1,98%) ispitanik je odgovorio da ne smatra da je za Slavonski Brod važan kulturni razvoj:



**Grafikon 5: Važnost kulturnog razvoja za Slavonski Brod**

#### 4.4.7. Tvrdnje o knjižnici

U sedmom pitanju navedene su sljedeće tvrdnje o knjižnici:

1. Knjižnica je važan dio kulture svakoga grada/države.
2. Gradska knjižnica Slavonski Brod „ide u korak s vremenom“.
3. Trudi se svojim korisnicima pružiti najbolje moguće usluge.
4. Upotpunjuje svoju knjižničku djelatnost.
5. Marketing je važan u djelovanju svake knjižnice.

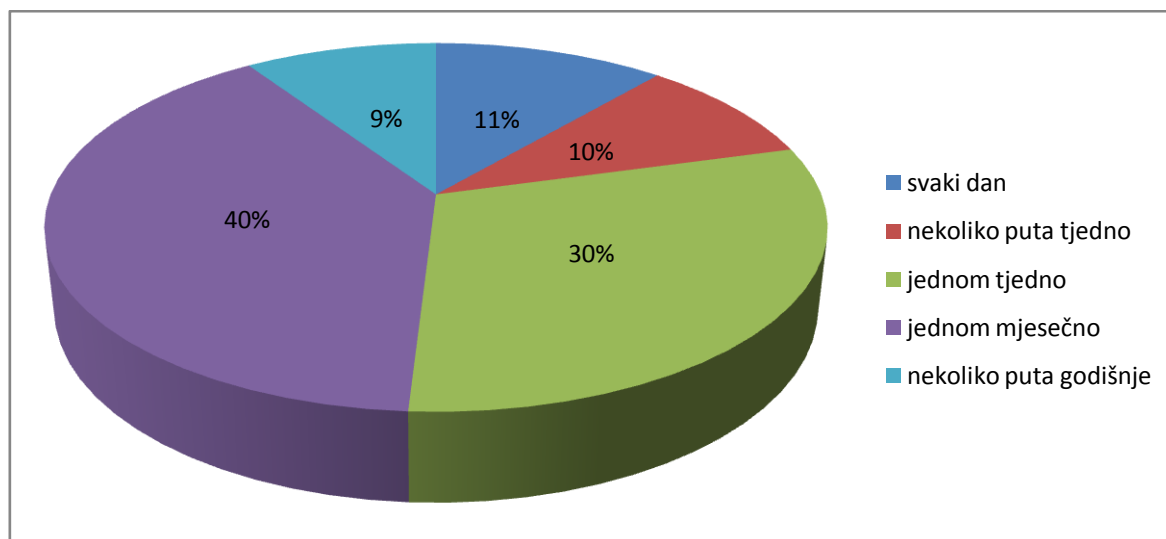
Ispitanici su morali zaokružiti samo one s kojima se slažu, s tim da je bila ponuđena mogućnost višestrukog odgovora. Od ukupno 53 ispitanika bilo je 151 zaokružen odgovor, s tim da ih se najviše složilo s prvom tvrdnjom da je knjižnica važan dio kulture svakog grada/države, odnosno 45 ispitanika (81,13%), 27 ispitanika (50,94%) smatra da Gradska knjižnica Slavonski Brod „ide u korak s vremenom“, 38 ispitanika (71,70%) da se knjižnica trudi svojim korisnicima pružiti najbolje moguće usluge, 23 ispitanika (43,40%) da knjižnica upotpunjuje svoju knjižničku djelatnost, te 18 ispitanika (33,96%) da je marketing važan u djelovanju svake knjižnice.

<b>Tvrdnje o knjižnici</b>	<b>Broj (%)</b>
Knjižnica je važan dio kulture svakog grada/države	45 (81,13%)
Gradska knjižnica Slavonski Brod „ide u korak s vremenom“	27 (50,94%)
Trudi se svojim korisnicima pružiti najbolje moguće usluge	38 (71,70%)
Upotpunjuje svoju knjižničnu djelatnost	23 (43,40%)
Marketing je važan u djelovanju svake knjižnice	18 (33,96%)

**Tablica 3: Tvrdnje o knjižnici s kojima se korisnici slažu**

#### 4.4.8. Učestalost korištenja knjižnicom

Osmo pitanje u anketi se odnosi na to koliko često ispitanici posjećuju knjižnicu. Šest ispitanika (11,32%) posjećuje knjižnicu svaki dan, pet ispitanika (9,43%) nekoliko puta tjedno, 16 ispitanika (30,19%) jednom tjedno, 21 (39,62%) ispitanik jednom mjesečno, te pet (9,43%) ispitanika posjećuje knjižnicu samo nekoliko puta godišnje.



**Grafikon 6: Posjećenost knjižnice**

#### 4.4.9. Razlozi dolaska u knjižnicu

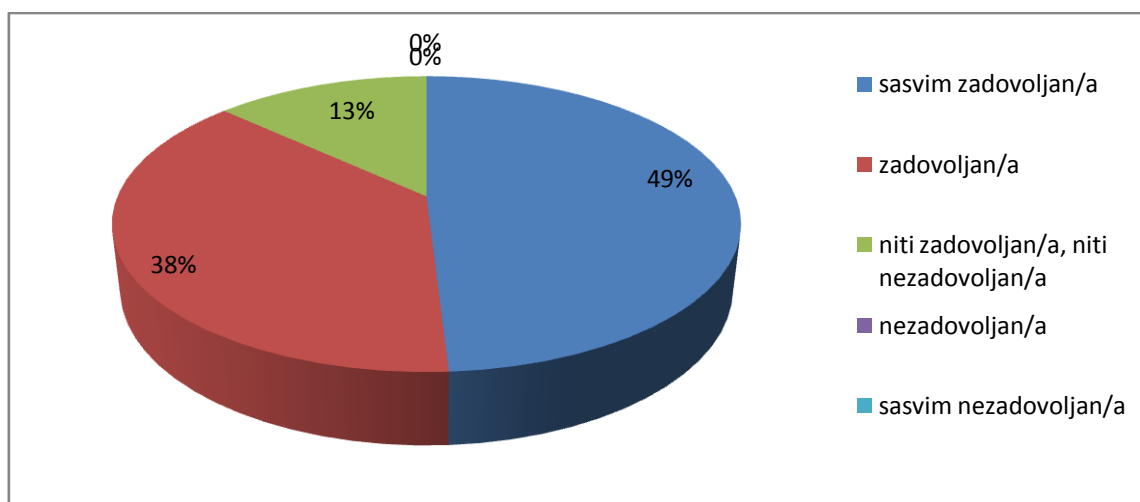
U devetom pitanju su korisnici morali označiti koji je najčešći razlog njihova dolaska u knjižnicu, što je vidljivo u Tablici 2.

<b>Knjižnične usluge</b>	<b>Broj korisnika (postotak)</b>
<b>Posudba/vraćanje knjižnične građe</b>	43 (38,39%)
<b>Traženje informacija</b>	13 (11,61%)
<b>Čitanje knjiga, novina, časopisa u knjižnici</b>	16 (14,28%)
<b>Posudba/slušanje CD/DVD-a</b>	2 (1,78%)
<b>Korištenje usluga kopiranja ili skeniranja</b>	5 (4,46%)
<b>Korištenje interneta</b>	6 (5,36%)
<b>Učenje/rad u knjižnici</b>	11 (9,82%)
<b>Rad na računalu</b>	5 (4,46%)
<b>Kulturne i promotivne aktivnosti (radionice, predavanja i slično)</b>	6 (5,36%)
<b>Ostalo</b>	5 (4,46%)

**Tablica 4: Najčešći razlog dolaska u knjižnicu**

#### 4.4.10. Zadovoljstvo zbirkama koje knjižnica posjeduje

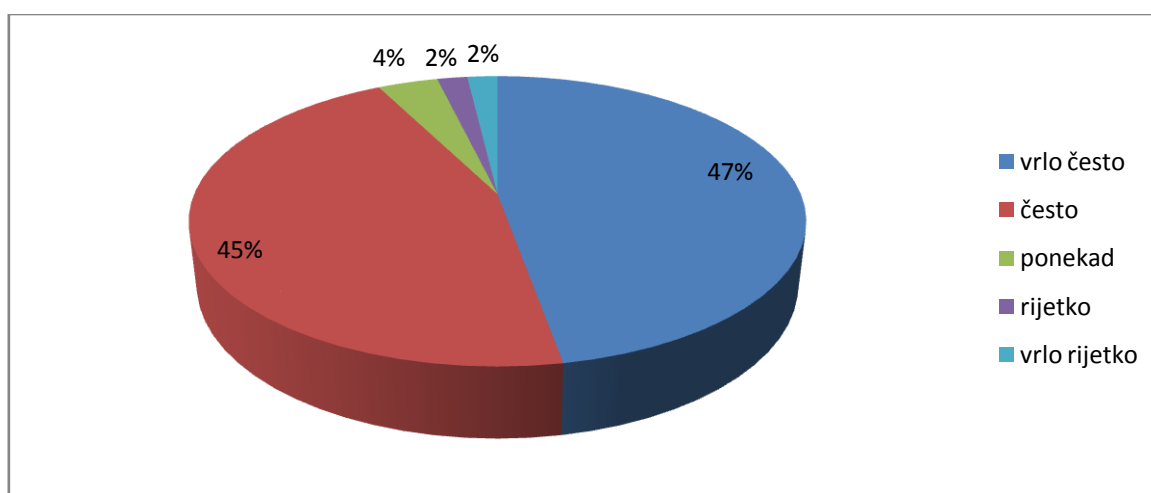
Na pitanje *Jeste li zadovoljni zbirkama koje knjižnica posjeduje?*, 26 ispitanika (49,06%) je odgovorilo da je sasvim zadovoljno, 20 ispitanika (37,73%) da je zadovoljno, te 7 (13,21%) da je niti zadovoljno/niti nezadovoljno. Nezadovoljan/a ili sasvim nezadovoljan/a nije bio niti jedan ispitanik.



**Grafikon 7: Zadovoljstvo zbirkama koje knjižnica posjeduje**

#### 4.4.11. Slobodni primjerci građe koju knjižnica posjeduje

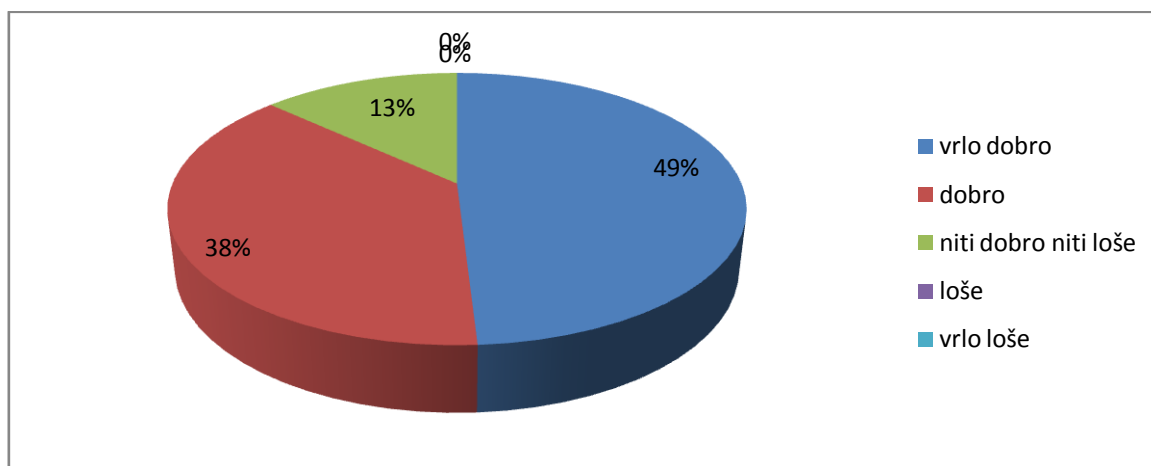
Jedanaesto pitanje se odnosilo na to koliko često korisnici mogu pronaći slobodan primjerak knjige/novina/glazbene građe koju traže. Vrlo često je odgovorilo 25 (47,17%) ispitanika, često 34 (45,28%) ispitanika, ponekad dva (3,77%) ispitanika, te po jedan ispitanik (1,98%) je odgovorio rijetko i vrlo rijetko.



**Grafikon 8: Slobodni primjerci građe koju knjižnica posjeduje**

#### 4.4.12. Zadovoljstvo opremljenošću knjižnice

Na to koliko su zadovoljni opremljenošću knjižnice, u 12. pitanju, 26 (49,06%) ispitanika je odgovorilo vrlo dobro, 20 (37,73%) ispitanika je odgovorilo dobro, a 7 (13,21%) ispitanika je odgovorilo niti dobro niti loše. Nijedan ispitanik nije odgovorio loše ili vrlo loše.



**Grafikon 9: Zadovoljstvo opremljenošću knjižnice**

#### 4.4.13. Osobine stručnog osoblja

Nadalje, ispitanici su trebali procijeniti osobine stručnog osoblja, odnosno knjižničara, s tim da je jedan bila najniža, a pet najviša ocjena. U obzir se uzela temeljitost, ljubaznost, zainteresiranost, te stručnost knjižničara u svom poslu, što je vidljivo u tablici 3, izraženo u postocima. Nijedan ispitanik nije temeljitost, ljubaznost, zainteresiranost i stručnost ocijenio s najnižom ocjenom (1). Dva (3,77%) ispitanika su temeljitost stručnog osoblja u Gradskoj knjižnici Slavonski Brod ocijenili s ocjenom 2, sedam (13,21%) ispitanika s ocjenom 3, 17 (32,08%) ispitanika s ocjenom 4, te 27 (50,94%) ispitanika s ocjenom 5. Ljubaznost je četiri (7,55%) ispitanika ocijenilo o ocjenom 3, 13 (24,53%) ispitanika s ocjenom 4, te 36 (67,92%) ispitanika s ocjenom 5. Zainteresiranost stručnog osoblja jedan (1,89%) ispitanik je ocijenio ocjenom 2, sedam (13,21%) ispitanika ocjenom 3, 19 (35,85%) ispitanika ocjenom 4, te 26 (49,06%) ispitanika ocjenom 5. Stručnost osoblja, jedan (1,89%) ispitanik je ocijenio ocjenom 2, šest (11,32%) ispitanika ocjenom 3, 18 (33,96%) ispitanika ocjenom 4, te 28 (52,83%) ispitanika ocjenom 5. Upravo ovdje je vidljivo, kada se uzme u obzir svih 53 ispitanika koji su sudjelovali u anketiranju, najveći postotak je onih koji su najvišom ocjenom ocijenili temeljitost, ljubaznost, zainteresiranost i stručnost osoblja, ali ipak dosta je velik i postotak

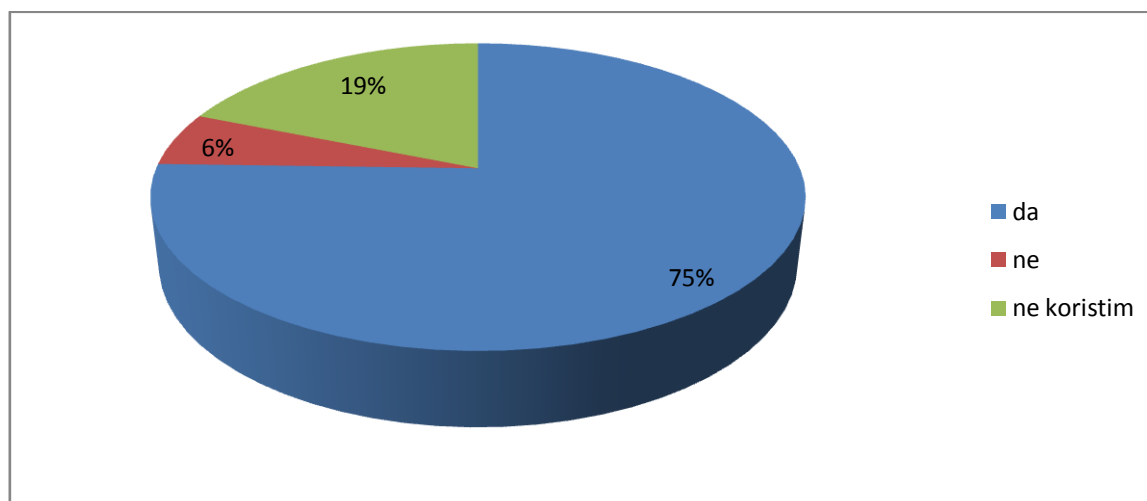
onih koji smatraju da stručno osoblje Gradske knjižnice Slavonski Brod zaslužuje i manje ocjene.

<b>OSObine STRUČNOG OSOBLJA</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>temeljnost</b>	0 (0%)	2 (3,77%)	7 (13,21%)	17 (32,08%)	27 (50,94%)
<b>ljubaznost</b>	0 (0%)	0 (0%)	4 (7,55%)	13 (24,53%)	36 (67,92%)
<b>zainteresiranost</b>	0 (0%)	1 (1,89%)	7 (13,21%)	19 (35,85%)	26 (49,06%)
<b>stručnost</b>	0 (0%)	1 (1,89%)	6 (11,32%)	18 (33,96%)	28 (52,83%)

**Tablica 5: Osobine stručnog osoblja**

#### 4.4.14. Zadovoljstvo usluge korištenja interneta u knjižnici

Na pitanje *Jeste li zadovoljni uslugom korištenja interneta u knjižnici? Ako ne, navedite razlog.*, 40 (75,47%) ispitanika je odgovorilo da je zadovoljno, tri (5,66%) ispitanika su odgovorila da nisu zadovoljna jer je malo računala i internet je spor, a 10 (18,87%) ispitanika ne koristi internet u knjižnici.

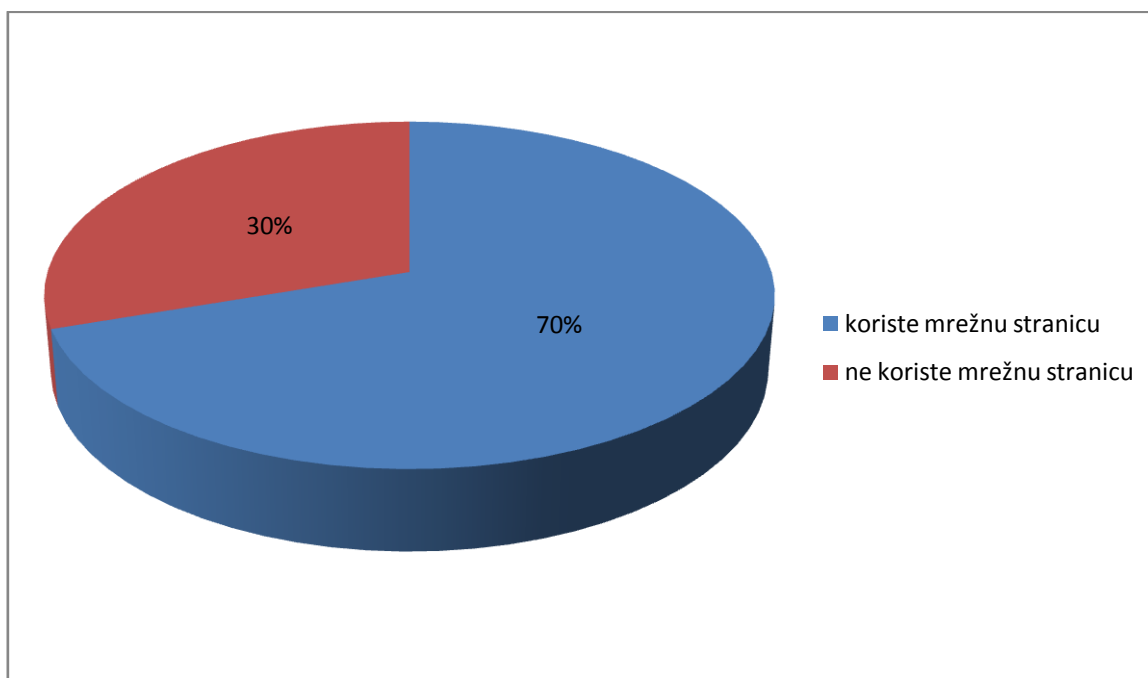


**Grafikon 10: Zadovoljstvo usluge korištenja interneta u knjižnici**



#### 4.4.15. Korištenje mrežne stranice knjižnice

U 17. pitanju ispitanici su morali ocijeniti izgled, informativnost i preglednost mrežne stranice knjižnice ukoliko ju koriste. Od ukupno 53 ispitanika, 37 (69,81%) ispitanika koristi mrežnu stranicu knjižnice a 16 (30,19%) ispitanika ne koristi.



**Grafikon 11: Korištenje mrežne stranice knjižnice**

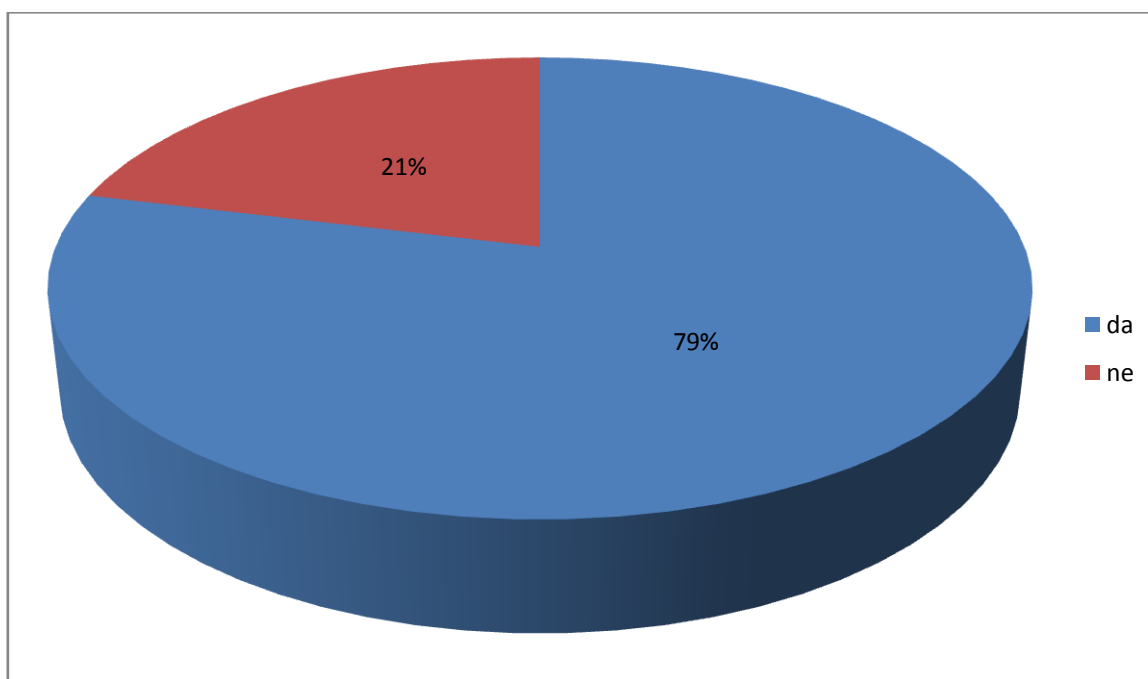
U tablici 4 je prikazano koliko ispitanika, odnosno koliki postotak ispitanika je, izgled, informativnost i preglednost mrežne stranice knjižnice, ocijenilo s kojom ocjenom, s tim da je 1 najniža ocjena a 5 najviša ocjena. Jedan (2,70%) ispitanik je izgled mrežne stranice knjižnice ocijenio s ocjenom 1, tri (8,11%) ispitanika s ocjenom 2, devet (24,32%) ispitanika s ocjenom 3, 16 (43,24%) ispitanika s ocjenom 4, te osam (21,62%) ispitanika s ocjenom 5. Jedan (2,70%) ispitanik je i informativnost mrežne stranice ocijenio ocjenom 1, dva (5,41%) ispitanika ocjenom 2, sedam (18,92%) ispitanika ocjenom 3, 17 (45,95%) ispitanika ocjenom 4, te 10 (27,03%) ispitanika ocjenom 5. Isto tako jedan (2,70%) ispitanik je preglednost ocijenio ocjenom 1, kao i jedan (2,70%) ispitanik ocjenom 2, devet (24,32%) ispitanika ocjenom 3, 18 (48,65%) ispitanika ocjenom 4, te osam (21,62%) ispitanika ocjenom 5.

	1	2	3	4	5
<b>izgled</b>	1 (2,70%)	3 (8,11%)	9 (24,32%)	16 (43,24%)	8 (21,62%)
<b>informativnost</b>	1 (2,70%)	2 (5,41%)	7 (18,92%)	17 (45,95%)	10 (27,03%)
<b>preglednost</b>	1 (2,70%)	1 (2,70%)	9 (24,32%)	18 (48,65%)	8 (21,62%)

**Tablica 6: Mrežna stranica knjižnice**

#### 4.4.16. Obavijesti o promjenama i događajima u knjižnici

Na pitanje smatraju li da knjižnica dovoljno dobro obavještava svoje korisnike o promjenama i događajima u knjižnici, 41 (78,85%) ispitanika je odgovorio da smatra, 11 (21,15%) ispitanika da ne smatra, a jedan ispitanik nije odgovorio na to pitanje.

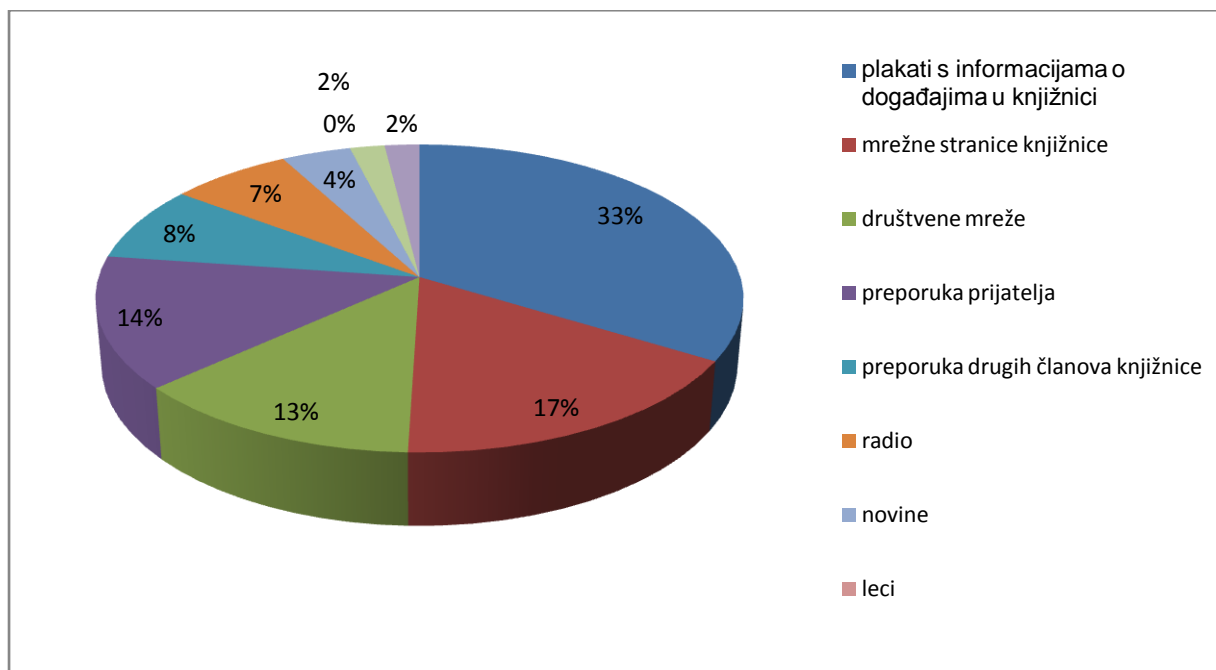


**Grafikon 12: Obavijesti o promjenama i događajima u knjižnici**

#### 4.4.17. Aktivnosti u knjižnici

17. pitanje se odnosilo na aktivnosti u Gradskoj knjižnici Slavonski Brod, odnosno na koji način korisnici saznaju o aktivnostima. Ponuđena je mogućnost višestrukog odgovora, gdje je

od ukupno 53 ispitanika bilo 101 zaokružen odgovor. Ispitanici najčešće o aktivnostima u knjižnici saznaju preko plakata s informacijama o događajima u knjižnici i to čak 33,66%, malo manji broj, 16,83% saznaje preko mrežnih stranica knjižnice, 12,87% preko mrežne stranice knjižnice, 12,87% preko društvenih mreža, 13,86% preporukom prijatelja, 7,92% preporukom drugih članova knjižnice, 6,93% putem radija, 3,96% preko novina, 1,98% putem televizije, te 1,98% na neki drugi način. U ovom slučaju, leci su isključeni, nijedan ispitanik ne saznaje o aktivnostima u knjižnici preko letaka.



**Grafikon 13: Aktivnosti u knjižnici**

#### 4.4.18. Željene promjene u radu knjižnice

U posljednjem pitanju ispitanici su mogli sami napisati, što bi u postojećem radu knjižnice htjeli promijeniti. Ovo su neki od odgovora:

- „Više stručnih knjiga.“
- „Dodao bih više računala za rad.“
- „Politički utjecaj.“
- „Meni je ovo druga kuća.“
- „Bolji smještaj korisnika-čitatelja u čitaonici.“
- „Ništa, smatram da je sve kako i treba da bude.“

- „Više računala.“
- „Ništa, sve 5. Super je biti tu.“
- „Ljetno radno vrijeme (od 15.6.??? do 15.9.???), tri mjeseca je predugačak rok (npr. od 1.7. do 1.9.)“
- „Ništa, jako smo zadovoljni dosadašnjom.“
- „Ništa, jedno od najkulturnijih i najljubaznijih mjesta u Slavonskom Brodu.“
- „Ništa, volim knjižnicu baš ovakvu.“
- „Za moje potrebe savršena.“
- „Kutak za djecu.“
- „Kada dođem po neku knjigu, da osoblje uloži više truda u traženje, a ne da sama moram.“
- „Veći izbor knjiga modernijih izdanja, te usklađenost sa fakultetima i njihovim potrebama knjiga koje im trebaju za učenje. Veći broj primjeraka jer je studenata jako puno.“
- „Da osoblje bude brže, uslužnije i ljubaznije.“
- „Ažuriranje novih naslova knjiga.“
- „Općenito knjižnicu sa više stručnih knjiga...“

#### 4.5. Zaključak istraživanja

Ovo istraživanje daje uvid u stanje sveukupnog zadovoljstva korisnika Gradske knjižnice Slavonski Brod.

Kao što je na početku izneseno, cilj istraživanja bio je prikupiti podatke o percepciji odabranih segmenata rada knjižnice među posjetiteljima Gradske knjižnice Slavonski Brod i općoj slici knjižnice. Rezultati istraživanja pokazali su da su ciljevi na tragu ostvarenja. Definiran je profil korisnika, koji u većini smatraju da je za grad Slavonski Brod važan kulturni razvitak. Saznalo se s kojim tvrdnjama o knjižnici se korisnici najviše slažu, iz kojih razloga i koliko često posjećuju knjižnicu, te su utvrđene usluge kojima se korisnici najčešće koriste, utvrđen je i stupanj zadovoljstva određenih usluga kao i zastupljenost korištenja interneta i mrežnih stranica. Za one koji su „vjerni“ posjetitelji knjižnice, ona predstavlja važnu ulogu u njihovu životu i svjesni su svega što im knjižnica omogućuje, ali ipak dosta je onih koji smatraju da se puno toga treba i promijeniti kako bi knjižnica poboljšala svoje usluge. O tome je više bila riječ u teorijskom dijelu ovoga rada, gdje su opisane pojedine strategije razvoja, koje bi se trebale provoditi kako bi knjižnica napredovala. Nesumnjivo je da knjižnica radi na usavršavanju svojih djelatnika te da je svjesna veze motiviranog djelatnika s jedne i zadovoljnog korisnika s druge strane. No iako su djelatnici svjesni važnosti vrednovanja uspješnosti, ono nije obuhvaćeno njihovim formalnim opisom posla.

## 5. Zaključak

Kultura ima važnu ulogu za razvoj društva. Kulturne ustanove, među kojima su i knjižnice, zauzimaju značajno mjesto, bitno pridonose prosperitetu društva i kvalitete života na svim razinama, od lokalne do globalne. Tako se i Slavonski Brod trudi pridonijeti uspješnosti kulturnog razvitka grada, kao i razvoju knjižnične djelatnosti.

Za uspješno izvršavanje kulturne, obrazovne i informacijske funkcije, knjižnična djelatnost mora dobro poznavati sve izvore i nositelje informacija kao i potrebe korisnika. Da bi to bilo ostvarivo treba postići visoku razinu zadovoljstva korisnika i povećati vrijednost knjižničnih usluga, a upravo ti razlozi ukazuju na nužnost primjene marketinga u knjižnicama. Marketing je društveni i upravljački proces kojim pojedinci i grupe postižu ono što trebaju i žele kroz stvaranje, ponudu i razmjenu proizvoda i usluga od vrijednosti s drugima, a osnovna razlika u marketingu profitnih i neprofitnih organizacija je u temeljnim ciljevima. Neprofitni marketing se primjenjuje tamo gdje postoji doprinos društvu, ali ne i osobna dobit. Knjižnica marketinške principe prvenstveno koristi kako bi povećala broj zadovoljnih korisnika, eventualno smanjila troškove i povećala proračun i zadovoljstvo svojih zaposlenika.

Primjenom strategija, moguće je povećati efikasnost rada knjižnica i uspješniju realizaciju njihovih aktivnosti usmjerenih prema korisnicima. Prije izrade bilo kakvog plana potrebno je definirati svoju viziju i misiju, s kojom se odgovara na pitanja: tko su korisnici knjižnice, koje su njihove potrebe i kako se na njih odgovara. Nakon toga definiraju se konkretni ciljevi koji se žele postići i u kojem roku, te analiziraju vanjski čimbenici. Rezultati analize dalje se prenose u SWOT analizu, na osnovi koje se dobivaju informacije o vanjskim prilikama i prijetnjama s kojima se knjižnica suočava i unutarnjim snagama i slabostima.

Analizom konkurencije i adaptiranim primjenjivanjem najboljih praksi u svom poslovanju (benchmarking) knjižnica može dodatno unaprijediti svoje poslovanje, no treba biti oprezan kako se ne bi previše prepisivalo, a premalo stvaralo.

Da bi knjižnica uspješno izvršavala svoju informacijsku, obrazovnu i kulturnu ulogu u društvu, mora dobro poznavati i upravljati svim izvorima informacija i tehnologijom, ali i dobro poznavati svoje korisnike i njihove potrebe. Istraživanje zadovoljstva korisnika Gradske knjižnice Slavonski Brod pokazalo je jasne stavove korisnika o pojedinim segmentima rada knjižnice. Knjižnica bi trebala uvažiti ove podatke te ih koristiti za neka nova istraživanja.

## 6. Popis literature

1. Badurina, B. ; Dragija Ivanović, M. ; Krtalić, M. Vrednovanje knjižničnih službi i usluga akademskih i narodnih knjižnica. // Vjesnik bibliotekara Hrvatske 53, 1(2010), str. 47-63.
2. Begović, M. Vrijednost knjižnice u očima korisnika : primjer Gradske knjižnice i čitaonice Vinkovci : diplomski rad. Osijek : Filozofski fakultet Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera, 2014. Str. 6.
3. Dragija Ivanović, M. Vrednovanje utjecaja narodnih knjižnica na lokalnu zajednicu. // Vjesnik bibliotekara Hrvatske 55, 1(2012), str. 83-100.
4. Dukić, G. ; Sopka, I. Upravljanje marketingom male knjižnice. // Knjižničarstvo 17, 1(2013), str. 9-33.
5. Gradska knjižnica Slavonski Brod. Dostupno na: <http://www.gksb.hr/>
6. Gradska knjižnica Slavonski Brod : Strategija razvoja 2012.-2017. Dostupno na: <http://www.gksb.hr/index.php/knjiznica/sluzbeni-dokumenti>
7. Hrvatska u 21. stoljeću : Strategija kulturnog razvitka : dokument / urednici Biserka Cvjetičanin ; Vjeran Katunarić. Zagreb : Ministarstvo kulture, 2003.
8. IFLA-ine smjernice za narodne knjižnice / uredile Christie Koontz i Barbara Gubbin. 2. hrvatsko izd., (prema 2. izmijenjenom izd. izvornika). Zagreb : Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2011.
9. Katalenac, D. Mogućnosti primjene benchmarkinga u upravljanju knjižnicama. // Knjižničarstvo : glasnik Društva knjižničara Slavonije i Baranje 4, 1/2(2000), str. 29-45.
10. Kotler, P. Upravljanje marketingom : analiza planiranje i kontrola. Zagreb : Informator, 1988.
11. Lazzarich, Lea: Koliko mrežne stranice knjižnica mogu pomoći ili odmoći u promidžbi? // Vjesnik bibliotekara Hrvatske 46, 3/4 (2003[i.e. 2004]), str. 119-124.
12. Marković, M. Brod : kulturno-povijesna monografija. Slavonski Brod : Matica hrvatska, 1994.
13. Mihalić, M. Mjere li samo pokazatelji uspješnosti vrijednost knjižnica? : Prema vrednovanju društvenih ciljeva organizacija u kulturi. // Vjesnik bibliotekara Hrvatske 55, 1(2012), str. 29-44.
14. Previšić, J. ; Ozretić Došen, Đ. Osnove marketinga. Zagreb : Adverta, 2007.

15. Službene stranice grada Slavonskog Broda. Dostupno na: <http://www.slavonski-brod.hr/index.php/kultura-i-obrazovanje/povijest-grada>
16. Strategija gospodarskog razvoja grada Slavonskog Broda : 2011.-2020. Dostupno na: <http://www.slavonski-brod.hr/index.php/gospodarstvo/strategija-gospodarskograzvoja-grada>
17. Strategija razvoja narodnih knjižnica u Republici Hrvatskoj do 2015. godine : nacrt prijedloga. Zagreb : Nacionalna i sveučilišna knjižnica u Zagrebu ; Hrvatski zavod za knjižničarstvo, 2013. Dostupno na: <http://www.nsk.hr/wpcontent/uploads/2014/01/Strategijarazvojanarodnihknji%C5%BEnica.pdf>
18. Tuškan Mihočić, G. Mjerenje uspješnosti poslovanja u narodnoj knjižnici. // Vjesnik bibliotekara Hrvatske 54, 4(2011), str. 211-224.
19. Vrana. R. ; Kovačević, J. Percepcija korisnika o knjižnici i knjižničnim uslugama kao temelj poslovne strategije knjižnice. // Vjesnik bibliotekara Hrvatske 56, 3(2013), str. 23-46.



## 7. Popis priloga

### 7.1. Popis tablica

Tablica 1: Mjere i projekti .....	13
Tablica 2: Zanimanje/područje rada .....	34
Tablica 3: Tvrdnje o knjižnici s kojima se korisnici slažu .....	36
Tablica 4: Najčešći razlog dolaska u knjižnicu .....	37
Tablica 5: Osobine stručnog osoblja .....	40
Tablica 6: Mrežna stranica knjižnice.....	42

### 7.2. Popis slika

Slika 1: Tvrđava Brod - arhitektonska projekcija .....	8
Slika 2: Vizija i strateški ciljevi grada Slavonskog Broda .....	11
Slika 3: Strateški cilj 1 .....	12
Slika 4: Strateški cilj 2 .....	13

### 7.3. Popis grafikona

Grafikon 1: Ispitanici prema spolu .....	32
Grafikon 2: Ispitanici prema dobi .....	32
Grafikon 3: Ispitanici prema statusu.....	33
Grafikon 4: Ispitanici prema stupnju obrazovanja .....	33
Grafikon 5: Važnost kulturnog razvoja za Slavonski Brod .....	35
Grafikon 6: Posjećenost knjižnice .....	36
Grafikon 7: Zadovoljstvo zbirkama koje knjižnica posjeduje .....	38
Grafikon 8: Slobodni primjerci građe koju knjižnica posjeduje .....	38
Grafikon 9: Zadovoljstvo opremljenošću knjižnice .....	39
Grafikon 10: Zadovoljstvo usluge korištenja interneta u knjižnici .....	40
Grafikon 11: Korištenje mrežne stranice knjižnice .....	41
Grafikon 12: Obavijesti o promjenama i događajima u knjižnici .....	42
Grafikon 13: Aktivnosti u knjižnici.....	43

#### 7.4. Anketni upitnik upućen korisnicima Gradske knjižnice Slavonski Brod

## **Anketni upitnik za korisnike Gradske knjižnice Slavonski Brod**

**Poštovani korisnici,**

Zamolila bih Vas za malo vremena kako biste ispunili ovaj u potpunosti anonimni upitnik. Svrha i cilj upitnika je upotpuniti spoznaje u vezi Vašeg zadovoljstva s radom i uslugama Gradske knjižnice Slavonski Brod. Podaci dobiveni ovom anketom koristit će se samo za potrebe pisanja diplomskog rada pod temom: *Strategija razvoja knjižnične djelatnosti kao dio strategije kulturnog razvitka grada Slavenskog Broda*.

Anketa se sastoji od zatvorenih i otvorenih pitanja, pa Vas molim da svugdje gdje možete napišete Vaše osobno mišljenje.

Iskreno Vam se zahvaljujem, uz srdačan pozdrav,

**Studentica Bibliotekarstva i Germanistike:**

**Antonella Andrijanić**

### **1. Spol ispitanika:**

- ☐ Muško
- ☐ Žensko

### **2. Dob:**

- ☐ do 18
- ☐ 18-24
- ☐ 25-34
- ☐ 35-44
- ☐ 45-54
- ☐ 55-64
- ☐ 65 i više

**3. Status:**

- ☐ učenik
- ☐ student
- ☐ zaposlen/a
- ☐ nezaposlen/a
- ☐ umirovljenik/ca

**4. Stupanj obrazovanja:**

- ☐ završena osnovna škola
- ☐ završena srednja škola
- ☐ završena viša škola
- ☐ završen fakultet
- ☐ magisterij
- ☐ doktorat

**5. Ako ste zaposleni, molim navedite zanimanje ili područje rada:**

---

**6. Smatrate li da je za Slavonski Brod važan kulturni razvoj:**

- ☐ da
- ☐ ne

**7. Označite tvrdnje o knjižnici s kojima se slažete:**

- ☐ Knjižnica je važan dio kulture svakoga grada/države.
- ☐ Gradska knjižnica Slavonski Brod „ide u korak s vremenom“.
- ☐ Trudi se svojim korisnicima pružiti najbolje moguće usluge.
- ☐ Upotpunjuje svoju knjižničnu djelatnost.
- ☐ Marketing je važan u djelovanju svake knjižnice.

**8. Koliko često posjećujete knjižnicu?**

- ☐ svaki dan
- ☐ nekoliko puta tjedno
- ☐ jednom tjedno
- ☐ jednom mjesečno
- ☐ nekoliko puta godišnje

**9. Najčešći razlog dolaska u knjižnicu:**

- ☐ posudba/vraćanje knjižnične građe
- ☐ traženje informacija
- ☐ čitanje knjiga, novina, časopisa u knjižnici
- ☐ posudba/slušanje CD/DVD-a
- ☐ korištenje usluga kopiranja ili skeniranja
- ☐ korištenje interneta
- ☐ učenje/rad u knjižnici
- ☐ rad na računalu
- ☐ kulturne i promotivne aktivnosti (radionice, predavanja i slično)
- ☐ ostalo

**10. Jeste li zadovoljni zbirkama koje knjižnica posjeduje?**

- ☐ sasvim zadovoljan/a
- ☐ zadovoljan/a
- ☐ niti zadovoljan/a, niti nezadovoljan/a
- ☐ nezadovoljan/a
- ☐ sasvim nezadovoljan/a

**11. Koliko često možete pronaći slobodan primjerak knjige/novina/glazbene građe koju tražite?**

- ☐ vrlo često
- ☐ često
- ☐ ponekad
- ☐ rijetko
- ☐ vrlo rijetko

**12. Vaše zadovoljstvo opremljenošću knjižnice:**

- ☐ vrlo loše
- ☐ loše
- ☐ niti dobro niti loše
- ☐ dobro
- ☐ vrlo dobro

**13. Procijenite osobine stručnog osoblja/knjižničara (1=najniža, 5=najviša ocjena)**

- |  |   |   |   |   |   |
|--|---|---|---|---|---|
| <input type="radio"/> temeljitost      | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <input type="radio"/> ljubaznost       | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <input type="radio"/> zainteresiranost | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <input type="radio"/> stručnost        | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

**14. Jeste li zadovoljni uslugom korištenja interneta u knjižnici? Ako ne, navedite razlog.**

- ☐ da
- ☐ ne, \_\_\_\_\_

**15. Ocijenite mrežnu stranicu knjižnice ako ju koristite (1=najniža, 5=najviša ocjena)**

- |                                      |   |   |   |   |   |
|--------------------------------------|---|---|---|---|---|
| <input type="radio"/> izgled         | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <input type="radio"/> informativnost | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <input type="radio"/> preglednost    | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

**16. Smatrate li da knjižnica dovoljno dobro obavještava svoje korisnike o promjenama i događanjima?**

- ☐ da
- ☐ ne

**17. Na koji način saznajete o aktivnostima u knjižnici? (moguće odabrati više odgovora)**

- ☐ plakati s informacijama o događajima u knjižnici
- ☐ mrežne stranice knjižnice
- ☐ društvene mreže
- ☐ preporuka prijatelja
- ☐ preporuka drugih članova knjižnice
- ☐ radio
- ☐ novine
- ☐ leci
- ☐ televizija
- ☐ na neki drugi način

**18. Što biste promijenili u postojećem radu knjižnice?**

---

---

---

---

## 8. SAŽETAK

Tema ovog diplomskog rada je *Razvoj knjižnične djelatnosti kao dio strategije kulturnog razvitka Slavonskoga Broda*. Rad se sastoji od dva dijela, teorijskog i onog koji se odnosi na samo istraživanje. Teorijski dio rada donosi najvažnije činjenice o gradu Slavonskom Brodu kao i temeljne koncepte vezane uz knjižnično poslovanje, te daje pregled različitih primjera strategija, s naglaskom na koncept kvalitete kao metode i mjerenja učinaka. Istraživački dio donosi podatke dobivene anketnim upitnikom o zadovoljstvu korisnika pojedinačnim uslugama i njihovim prijedlozima za poboljšanje usluga. Ovaj rad predstavlja jedno od istraživanja ovog tipa u hrvatskim knjižnicama, a rezultati bi Gradskoj knjižnici Slavonski Brod trebali donijeti značajne spoznaje o učincima usluga na korisnike te smjernice kako unaprijediti poslovanje.

**Ključne riječi:** Gradska knjižnica Slavonski Brod, knjižnična djelatnost, strategija kulturnog razvitka, mjerenje uspješnosti poslovanja, anketni upitnik, zadovoljstvo korisnika.

## 9. SUMMARY

The theme of this diploma thesis is *Development of library activities as part of a strategy of cultural development Slavonski Brod*. The paper consists two parts, the theoretical and the one related to the research. The theoretical part presents the most important facts about the city, as well as the basic concepts related to library operations and provides an overview of different examples of strategies, focusing on the concept of quality, as well as methods and measurement effects. Research is bringing data obtained by questionnaire, about customer satisfaction related to individual services and their suggestions for improving the service. This diploma thesis presents one of the research of this type in Croatian libraries, and the results would bring significant knowledge about the effects of services to users and guidelines to improve operations to the City Library of Slavonski Brod.

**Keywords:** City Library of Slavonski Brod, library activities, cultural development strategy, business performance measurement, questionnaire, customer satisfaction.



## 10.BIOGRAFIJA

Moje ime je Antonia Antonella Andrijanić. Rođena sam 10. rujna 1991. godine u Albstadt-u (Savezna Republika Njemačka), gdje sam i provela šest godina života, uključujući i pohađanje vrtića. U osnovnu školu sam krenula u Slavonskom Brodu, gdje smo se i preselili. Nakon završene osnovne škole upisala sam Gimnaziju „Matije Mesića“ u Slavonskom Brodu, a samim odabirom i završetkom sam ušla u širi krug obrazovanja jer gimnazija općenito sama po sebi nudi širok spektar predmeta koji otvaraju vrata pri upisu na željeno sveučilište, naravno uz dobar prosjek ocjena. Moj prvi izbor fakulteta je bilo Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, odnosno Odjel za kulturologiju, smjer Knjižničarstvo. Prediplomski studij sam uspješno završila, napisavši rad *Žene u znanosti*, pod mentorstvom doc.dr.sc. Željka Pavića. Tijekom treće godine studiranja, odlučila sam se prijaviti na ERASMUS, te svoj studij obogatiti novim iskustvom. Na razmjenu sam otišla u Njemačku, u Stuttgart, na *Hochschule der Medien*, smjer *Bibliotheks- und Informationsmanagement* (Knjižnični i informacijski menadžment), koji je bio srodan studiju Knjižničarstva Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku.

S obzirom na dobro poznavanje njemačkog jezika, i činjenicu da sam u Njemačkoj rođena, živjela, bila na razmjeni studenta, u gimnaziji pohađa izvannastavne aktivnosti (četiri godine naprednog učenja Njemačkog jezika- Deutsches Sprachdiplom), odlučila sam svoj diplomski studij nastaviti na Filozofskom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu. 2012. godine upisala sam dvopredmetni studij Bibliotekarstva (Odjel za informacijske i komunikacijske znanosti), kako bih nastavila svoje područje zanimanja, te Germanistike (Odjel za germanistiku), kulturološki smjer, kako bih usavršila jezik.

Trenutno sam studentica pete godine, odnosno druge godine diplomskog studija Bibliotekarstva i Germanistike i upravo ovim radom *Razvoj knjižnične djelatnosti kao dio strategije kulturnog razvitka Slavenskog Broda*, te radom iz područja germanistike *Drei Generationen der Migranten kroatischer Abstammung in Baden-Württemberg: Sprachbiographische Analyse*, nastojim i nadam se ovaj studij privesti kraju, kako bih se, nadam se, u što kraćem roku zaposlila.